

Ristorando

ristorazione collettiva • commerciale moderna • a catena

www.ristorando.eu



9-10 Giugno - Milano

registrati online
www.ristorando.eu

Foodservice **IL NODO DELLA FORMAZIONE**

COLLETTIVA
**Le virtù dell'appalto
condiviso**

COMMERCIALE
**Il pollo conquista
lo Stivale**



9-10
GIUGNO

i Convegni
di **Ristorando**

Media partners:

Ristorando
retail
BARTÙ



11^a EDIZIONE MOSTRA CONVEGNO

Centro Convegni "Le Stelline" Milano - Corso Magenta, 61

in collaborazione con:



PLATINUM SPONSOR



GOLD SPONSOR



SILVER SPONSOR



ASSOCIAZIONI PARTNER



Per informazioni sul Convegno e sponsorizzazioni: convegni@edifs.it - pubblicita@edifs.it



programma

GIOVEDÌ 9 GIUGNO

MATTINA ORE 9,30/13,00

ore 9,00/9,30 - Registrazione partecipanti
ore 11,00 - coffee break a cura di **Cupiello Fresystem**

CONVEGNO APERTURA

Sala Leonardo

Presentazione convegno:

Antonio Savoia - Presidente **Edifis** - Direttore di **Ristorando**

Intervento:

On. **Bruno Tabacci** - Sottosegretario di Stato
alla **Presidenza del Consiglio**

Interventi:

Lino Stoppani - Presidente **Fipe**

Carlo Scarsciotti - Presidente **Angem** - Portavoce **Oricon**

Cristian Biasoni - Presidente **Aigrim**

Relazione:

"Ristorazione 2022: prove di ripartenza"

Luciano Sbraga - Direttore Ufficio Studi **FIPE**

POMERIGGIO ORE 14,30/18,00

ore 16,00 - coffee break a cura di **Cupiello Fresystem**

**PROPOSTE DI MODIFICA
DEI CRITERI MINIMI AMBIENTALI
PER LA RISTORAZIONE**

*In collaborazione con il Cons. Nazionale Ordine
Tecnologi Alimentari e con SItI*

(Soc. Italiana di Igiene, Medicina preventiva e sanità pubblica)

Ai TA iscritti all'Albo saranno riconosciuti n. 3,5 CFP

Sala Leonardo

Coordinatrice:

Luisa Cappellina - Specialista Servizi di Ristorazione

*"Presentazione delle proposte elaborate dal gruppo
di lavoro sul riesame dei CAM"*

Mauro Corno - Consumer & Retail Services Supervisor **IISG**

TAVOLA ROTONDA

Intervengono:

• **Corrado Giannone** - Tecnologo Alimentare collaboratore
di **Ristorando**

• **Luca Pedaso** - Sales director **Compass Group Italia**

• **Lorenzo Aspesi** - Presidente Consiglio **Ordine Nazionale
Tecnologi Alimentari**

• **Antonio Miraglies** - Dir. Vendite Segmento Scuole e Sanità
Sodexo Italia

• **Giulio Barocco** - Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina **SIAN**

POVERTÀ ALIMENTARE: NON SOLO COVID

Sala Chagall

Coordinatrice:

Emilia Guberti - Coordinatore Gruppo di Lavoro Alimenti
e Nutrizione **SItI**

TAVOLA ROTONDA

Intervengono:

• **Daniele Tirelli** - Docente Economia Internazionale **Università di
Modena e Reggio Emilia** e di Product Innovation Consumption & MKT
Università IULM

• **Silvia Taviani** - Policy Officer **Save The Children Italia**

• **Anna Scavuzzo** - Vice Sindaco di **Milano**

• **Roberto Morgantini** - Mense Popolari **CiviBO**

• **Maria Chiara Patuelli** - Città Metropolitana di **Bologna**

**APPROCCIO METODOLOGICO PER LA
PROGETTAZIONE DI NUOVE STRUTTURE DI RISTORAZIONE**

Sala S. Carlo

Coordinatore: **Massimiliano Koch** - Socio **E Plus studio**

Relatori:

*"Modelli produttivi e costi energetici: come incidono sul costo
di produzione del pasto"*

Riccardo Guidetti - Professore ordinario Dipart. Scienze Agrarie
e Ambientali - **Università degli Studi di Milano**

*"Sistemi di monitoraggio e registrazione dei parametri previsti
nel manuale di autocontrollo"*

Mattia Zucchi - Key Account Manager **Food Testo S.p.A.**

"Misure per il contenimento dei consumi energetici"

Daniilo Diotti - Direttore tecnico **Gruppo Pellegrini**

"Le innovazioni nel campo delle attrezzature"

Paolo Giacomazzi - Studio progettazione **Giacomazzi**

"Costi e benefici delle energie alternative"

Arturo Lorenzoni - Docente di economia dell'energia **Università di
Padova**

*"Indagini preliminari alla progettazione di una struttura
di produzione pasti"*

Giorgio Giannone - Direttore società **Progetta**

**LA RISTORAZIONE HA FAME! ANCHE NEI
CENTRI COMMERCIALI. QUALE FUTURO?**

In collaborazione con CNCC

Consiglio Nazionale Centri Commerciali

Sala Bramante

Coordinatore:

Roberto Bramati - Presidente **SFG** - Vicepresidente **CNCC**

Saluto di **Roberto Zoia** - Presidente **CNCC**

Relazione:

"Situazione a oggi e prospettive future"

Matteo Figura - Direttore **NPD**

Intervengono:

• **Francesco Ioppi** - Direttore Real Estate **Gruppo Finiper**

• **Sébastien de Rose** - COO **Grandi Stazioni Retail**

• **Alfio Schiatti** - Chief Commercial Officer **Fresystem**

• **Nico Grammauta** - Fondatore e A.D. **Ci Sta**

• **Andrea Cipolloni** - A.D. Europe **Autogrill**

• **Marco Micangeli** - Ceo **Kebhouze**

• **Luca Pizzighella** - International Expansion **Signorvino**

• **Alfiero Fucelli** - Presidente **Dispensa Emilia**

• **Giovanni Lo Re** - Ceo **Ripiene**

**LE FRONTIERE DELLA GLOBALIZZAZIONE NEL MONDO
DELL'OSPITALITÀ: STRATEGIE DA RICOSTRUIRE**

In collaborazione con FCSI

(Foodservice Consultants Society International)

Sala Solari

Programma in fase di definizione

Gala Dinner
Hotel Four Seasons - 9 giugno
Serata a inviti

La partecipazione ai convegni è gratuita!
Iscriviti subito!
inquadra il QR Code



VENERDI' 10 GIUGNO

MATTINA ORE 9,30/13,00

ore 11,00 - coffee break a cura di **Cupiello Fresystem**

RISTORAZIONE SCOLASTICA E UNIVERSITARIA:
SANO, BUONO, PER TUTTI
Sessione mattutina
Sala Leonardo

Coordinatrice: **Gabriella Iacono** - Tecnologa alimentare

Relatori:

"Le qualità della ristorazione a scuola: obiettivi e condizioni di fattibilità"

Giovanni Faedi - Componente Commissione nazionale Istruzione
Associazione Nazionale Comuni Italiani **Anci**

"Alimentazione e ristorazione: la disinformazione corre nei social"

Andrea Ghiselli - Presidente della **Società Italiana di Scienze dell'Alimentazione**

"La ristorazione scolastica che verrà. L'esempio CIRFOOD"

Luca Brambilla - National Key Account Director Ristorazione
Scolastica **CIRFOOD**

"Neuroscienze a tavola: i segreti del cervello per comprendere i consumi alimentari"

Vincenzo Russo - Docente di psicologia dei consumi e neuromarketing
Università IULM

RISTORAZIONE SOCIO SANITARIA
SOSTENIBILITÀ ECONOMICA E QUALITÀ DEI SERVIZI
DI RISTORAZIONE OSPEDALIERA
Sala S. Carlo

Coordinatrice: **Luisella Vigna** - Presidente Associazione Italiana di dietetica e nutrizione clinica **ADI Lombardia**

Relazioni:

"La gestione delle diete in un ospedale pediatrico"

Paolo Fiore - Dirigente servizi di dietologia e nutrizione clinica
Ospedale Gaslini

"L'alimentazione del soggetto autistico"

Enzo Grossi - Direttore scientifico **Fondazione Villa Santa Maria**

"La complessità decisionale nei processi d'acquisto"

Manuela Brusoni - Professor of Practice di Government,
Health and not profit **SDA Bocconi**

"Innovazione e nutrizione: il futuro della ristorazione sociosanitaria"

Stefano Mercandino - Direttore Tecnico Divisione Sanità
Serenissima Ristorazione

"Le problematiche della gestione dei pasti a domicilio per anziani assistiti"

Monica Terlenghi - Resp. Servizio Diritto allo Studio, rapporti con
l'Università e ristorazione socio scolastica **Comune di Brescia**

"L'esperienza della gestione congiunta con il comune di Piacenza del servizio di ristorazione"

Carolina Bergamaschi - Responsabile Ristorazione Aziendale
AUSL Piacenza

EQUIPMENT:

NUOVE FRONTIERE DEL LAVAGGIO STOVIGLIE

Energia, connettività, igiene. Guida pratica agli operatori

Sessione mattutina
Sala Bramante

Coordinatore: **Andrea Rossi** - Presidente **Efcem Italia**

"Il parco attrezzature installato. Obsolescenza alla luce della crisi energetica"

Cesare Lovisatti - Senior consultant **Efcem Italia**

"Evoluzione tecnologica e normativa nell'ultimo decennio. I consumi delle macchine lavastoviglie"

Carlo Carincola - Key account Manager **Applia Italia**

"Efficienza energetica: Chi. Cosa e Come"

Milena Presutto - Ricercatrice Dipartimento Unità Efficienza
Energetica **ENEA**

"L'igiene delle stoviglie professionali"

Massimo Giubilesi - Presidente **FCSI**

"Il punto di vista dei produttori"

Relatore da definire

"Il punto di vista dei ristoratori"

Relatore da definire

ATTRAZIONE TALENTI E RINCORSA AI MARGINI.
LE NUOVE SFIDE DELLA RISTORAZIONE COMMERCIALE
E IN CONCESSIONE

Promosso da retail&food in partnership con AIGRIM

Sala Solari

Coordinatore: **Andrea Aiello** - Direttore **retail&food**

Intervengono:

• **Domingo Iudice** - Founder **Pescaria**

• **David Nathaniel** - Founder e Ceo **12Oz Coffee Joint**

• **Pietro Nicastro** - Founder e Ceo **Lowengroube**

• **Matteo Pichi** - Founder e Group Ceo **Poke House**

• Relatore **AIGRIM** - da definire

• Relatore **AIGRIM** - da definire

L'EVOLUZIONE DEI SERVIZI
DI RISTORAZIONE AZIENDALE
Sala Chagall

Coordinatore: in via di definizione

TAVOLA ROTONDA

Intervengono:

• **Michele Citriniti** - Responsabile Ristorazione e Servizi Territoriali
Leonardo Global Solution S.p.A.

• **Gianluca Galletti** - Executive VPO - Direttore Commerciale e Marketing
Gruppo Elior

• **Giuseppe Grassi** - Responsabile Servizi di Ristorazione **Eni S.p.A.**

• **Alexis Lerouge** - Direttore Marketing Segmento Corporate **Sodexo Italia**

• **Stefano Bolla** - Responsabile Divisione Servizi generali e beni di consumo -
Banca d'Italia

Per info:
www.ristorando.eu



POMERIGGIO ORE 14,30/18,00

**RISTORAZIONE SCOLASTICA E UNIVERSITARIA:
SANO, BUONO, PER TUTTI**

**Sessione pomeridiana
Sala Leonardo**

Coordinatore: **Salvatore Ciappellano** - Docente Alimentazione e Nutrizione umana **Università degli Studi di Milano**

Relazioni:

"Modelli innovativi nei servizi di ristorazione universitaria"

Alessandro Paderno - U.O.C. Progettazione di Ateneo e Gestione Edifici **Università degli Studi di Brescia**

"Il ruolo del pediatra per trasmettere corretti modelli alimentari alle famiglie"

Giuseppe Banderali - Medico Pediatra - docente **Università degli Studi di Milano**

"La nutrizione al massimo delle sue potenzialità. Il caso Elio"

Andrea Cartoccio - Direttore Area Strategica Education, Health&Welfare **Elio Ristorazione**

"La complessità della gestione delle diete speciali"

Monica Maj - Dietista, Pres. Commissione d'albo dietisti di Piacenza, membro consiglio direttivo **ASAND**

"L'allegria nel piatto"

Alessandro Tannoia - Chef, docente scuola alberghiera

EQUIPMENT:

NUOVE FRONTIERE DEL LAVAGGIO STOVIGLIE

Energia, connettività, igiene. Guida pratica agli operatori

**Sessione pomeridiana
Sala Bramante**

Coordinatore: **Cesare Lovisatti** - Senior consultant **Efcem Italia**

"Opportunità tecnologiche e normative. Etichettature energetiche"

Carlo Carincola - Key account Manager **Applia Italia**

"Il Progetto HO.RE.CA.4.0"

Franco Scolari - Direttore Polo Tecnologico Pordenone

"Il protocollo HO.RE.CA. 4.0"

Relatore da definire

"Transizione 4.0. Gli incentivi sui beni strumentali connessi"

Relatore da definire

**LE RIPERCUSSIONI DEI RECENTI AVVENIMENTI
SUI SERVIZI DI RISTORAZIONE:
RISVOLTI NORMATIVI ED ECONOMICI**

Sala S. Carlo

Coordinatore: **Corrado Giannone** - Tecnologo alimentare collaboratore di **Ristorando**

TAVOLA ROTONDA

Intervengono:

• **Simone Chiarelli** - Esperto di diritto amministrativo

• **Filippo De Luca** - Direttore Commerciale Ristorazione Collettiva **Camst Group**

• **Mario Romano** - Category Manager Ristorazione **Consip S.p.A.**

• **Renato Santinon** - Direttore programmazione Controllo Innovazione **Dussmann Service**

• **Giovanni Varoli** - Presidente **General Beverage**

• **Roberto Panigatti** - Responsabile Settore Servizi alla Persona **Comune di Vimodrone**



COMITATO PROMOTORE

Rosario Ambrosino • A.D. Gruppo Elio Italia

Dario Baroni • A.D. McDonald's Italia

Stefano Biaggi • Presidente e A.D. Sodexo Italia

Cristian Biasoni • A.D. Chef Express - Presidente AIGRIM

Corrado Cagnola • A.D. KFC Italy

Sergio Castelli • A.D. Areas Italia

Massimiliano Fabbro • A.D. Fabbro - Presidente Anir

Andrea Laguardia • Resp. di settore Legacoop

Produzione & Servizi

Alessandro Lazzaroni • General Manager Burger King

Chiara Nasi • Presidente CIRFOOD

Alberto Niero • Ceo Italia Lagardère Travel Retail

Ernesto Pellegrini • Presidente Gruppo Pellegrini

Alessandro Pirinoli • Managing Director Compass Group Italia

Tommaso Putin • Resp. Pianificazione controllo

Serenissima Ristorazione

Massimiliano Santoro • Director Publ. Affairs

and Europe Business Dvlp. Autogrill

Nicola Saraceno • Ceo Sebeto

Antonio Savoia • Presidente Edifis

Carlo Scarsciotti • Presidente Angem - Portavoce Oricon

Renato Spotti • A.D. Dussmann Service

Lino Stoppani • Presidente Fipe

Andrea Valota • General Manager La Piadineria

Danilo Villa • General Manager CAMST

Lino Volpe • Presidente Gruppo Elio Italia



AEROPORTO CARAVAGGIO
Orio al Serio - Bergamo
12 OZ & I LOVE POKE

CASCINA GOBBA EST
Milano
BRICIOLE



MUGGIANO OVEST
Milano
CAFFÈ VERGNANO



AEROPORTO CAPODICHINO
Napoli
CARREFOUR EXPRESS



STAZIONE TERMINI
Roma
RINALDINI



AEROPORTO LEONARDO DA VINCI
Roma
12 OZ

AREAS Italia

FERMATI NEI NOSTRI NUOVI STORE!

LE SOSTE CHE SI FANNO SULLA STRADA DELLE VACANZE
SONO PARTE INTEGRANTE DEL VIAGGIO. FAI IN MODO CHE OGNI PAUSA
DIVENTI UN BEL RICORDO: FERMATI CON NOI!

areas 
Savor your way

www.areas.com
www.mychef.it

AVANTI

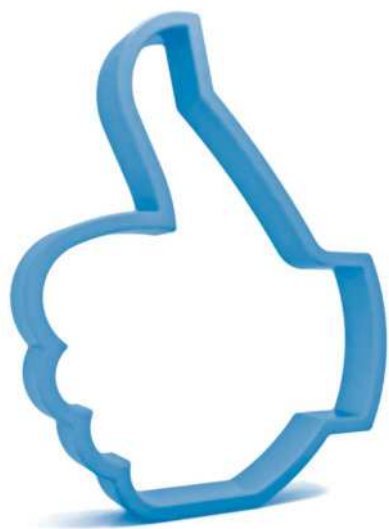
tutta

Ci sono anni in cui l'accavallarsi degli eventi negativi e il timore delle inevitabili conseguenze sembra travolgerci e l'ultimo recente periodo ha sicuramente avuto queste caratteristiche.

Dai primi segnali dell'epidemia, poi divenuti impetuosi, alle fasi di ripresa e alle successive ricadute è stato tutto un alternarsi di paure e speranze. Quando poi l'attenuarsi della pericolosità del virus ci ha rassicurati, è comparso lo sconvolgente evento che tutti noi conosceamo solo per i riferimenti letti sui libri scolastici. Nuovi timori e accanto alla tragedia umana

anche pesanti riflessi economici sulle imprese già segnate da anni difficili.

La voglia di ripresa tuttavia è grande ovunque, la gente vuole riprendersi la sua vita e le aziende tornano a far girare i loro motori, così i ristoranti sono quasi sempre affollati e gli impegni fieristici, dopo la lunga stasi, riaprono con successo. Tutto questo ci fa dire, al di là delle tante difficoltà, che ce la faremo. L'Italia riparte, anzi è già ripartita.



Pulizia Sanificazione



Ristorazione



Facility Management



APRILE 2022

03 Editoriale - Avanti tutta

08 News - La notizia è servita

18 Tendenze e mercati - Il barometro produttivo segna tempesta

21 Ristorazione collettiva - A proposito di futuro
Abbiamo chiesto a Sodexo Italia di mettere a fuoco le attuali dinamiche di mercato e di parlarci delle proprie attività calate nel quadro economico, sanitario e geopolitico di grande complessità che stiamo vivendo. Ecco il risultato

25 Ristorazione commerciale - Un mestiere da imparare
La formazione gioca un ruolo sempre più centrale nel mondo del foodservice, alle prese con la crescente difficoltà a reperire figure professionali da inserire in organico

35 Gare e appalti - Una storia a lieto fine
C'erano una volta tre Comuni lombardi che, unendo le forze, hanno innalzato la qualità dei propri servizi di ristorazione

43 Alimentazione - Attenti agli zuccheri
L'assunzione di zuccheri aggiunti e liberi in una dieta corretta dovrebbe essere la più bassa possibile. Lo dice l'Efsa, che ha esaminato oltre 30mila pubblicazioni sul tema

46 Tecnologie - Un aiuto dalle macchine
Sostenuta dalla carenza di personale, in America cresce la diffusione di camerieri robotizzati. Facciamo il punto

50 Ristorazione a tema - Il business mette le ali
Vola la proposta a base di pollo, una alternativa sana e gustosa che sta conquistando un numero crescente di estimatori anche lungo lo Stivale

54 Brand Analysis - 12oz: il "coffee" per la Gen Z
Partita in sordina nel 2015, la catena italiana anti-Starbucks vara un maxi piano di crescita con l'obiettivo di aprire 700 caffetterie entro il 2027: parola di David Nathaniel, il fondatore del brand

57 Ristorazione Scolastica - Percezioni e aspettative
Un'indagine UBM Consulting realizzata per Camst group rivela come per i Comuni italiani siano abitudini alimentari sane ed equilibrate l'aspetto valoriale più alto attribuito alla refezione scolastica



RUBRICHE

65 La borsa delle imprese

73 Ristorando F&B

74 Ristorando club

80 Carta stampata

a proposito di App

Ristorando è anche su Appstore



www.edifis.it



Ristorando

Anno 27 - numero 4 - Aprile 2022

Direttore responsabile: Antonio Savoia

Coordinamento editoriale: Alberto Anderloni

Redazione: redazione.ristorando@edifis.it
Massimo L. Andreis • Alberto Anderloni • Luigi Limonta

Collaboratori: Lorenzo Bonardi • Roberto Bramati • Luisa Cappellina
• Antonio Duva • Corrado Giannone • Roberto Giannone • Emilia Guberti
• Giovanni Lizzini • Davide Moscuza • Daniele Pisanello • Alberto Schiraldi

Grafica: Barbara Aprigliano

Servizi fotografici: Jonni Ricci • Massimo Viegi • Massimiliano Masala

Pubblicità: dircom@edifis.it • pubblicita@edifis.it

Traffico pubblicitario: Francesca Gerbino • francesca.gerbino@edifis.it

Amministrazione: amministrazione@edifis.it

Stampa: Ingraphic srl • Casazza (BG)

Prezzo di una copia: €1,20 • Arretrati €4,00

Eventi e Convegni: convegni@edifis.it

Abbonamenti: Italia €60,00 • Europa €100,00 • Resto del mondo €120,00
abbonamenti@edifis.it • www.ristorando.eu



Registrazione Tribunale di Milano N° 156 del 11/03/1996
Iscrizione Registro Operatori della Comunicazione N° 06090

Tutti i diritti di riproduzione degli articoli e/o foto sono riservati. Manoscritti, disegni, fotografie e supporti audio e video anche se non pubblicati non saranno restituiti.

Ai sensi del Reg. EU 679/2016 l'Editore garantisce la massima riservatezza nell'utilizzo della propria banca dati con finalità redazionali e/o di invio del presente periodico. Ai sensi dell'art. 15 il ricevente ha facoltà di esercitare i suoi diritti fra cui la cancellazione mediante comunicazione scritta a EDIFIS S.r.l. - Viale Coni Zugna 71 - 20144 Milano (o ai riferimenti sotto trascritti), luogo della custodia della banca dati medesima.

Ristorando
una rivista edita da:



EDIFIS S.r.l.

Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - Italy
Tel. +39 023451230 - Fax +39 023451231
www.edifis.it

ANES ASSOCIAZIONE NAZIONALE
EDITORIA DI SETTORE

ecopiatto

ALLUMINIO RICICLATO al 100%
e RICICLABILE all'infinito



usa e
ricicla
scopri tutti
i vantaggi



disponibili in versione
laccata e con coperchio

CONTITAL®

www.contital.com

Cresce il fatturato di Marr che compra Frigor Carni in Calabria

Mentre registra un bilancio 2021 di 1,45 miliardi di euro, "solo" 239 milioni sotto il livello del 2019, con ricavi in crescita del 35%, **Marr** annuncia che acquirerà la totalità delle quote di una società neo costituita, **Frigor Carni S.r.l.**, in cui sono state conferite le attività della **Frigor Carni S.a.s.** (escluso l'immobile che verrà dato in locazione). La società di Montepaone Lido (CZ) è attiva nella commercializzazione e distribuzione di prodotti alimentari

al foodservice. Fondata più di 40 anni fa dalla famiglia Visconti, con oltre 13 milioni di vendite nel 2021 (erano circa 16 milioni nel 2019), circa 800 clienti serviti e 15 veicoli per le consegne, Frigor Carni è un operatore di riferimento in Calabria, e in particolare nell'area ionica, a forte vocazione turistica. L'azienda è specializzata nell'offerta di prodotti ittici principalmente per clienti della ristorazione indipendente. Marr, che già opera nell'area

con la propria filiale di Marr Calabria a Spezzano Albanese (CZ), attraverso l'unità distributiva di Frigor Carni va a rafforzare la sua presenza sul territorio, elevando il livello di servizio ai clienti e l'offerta di prodotti locali.

L'operazione prevede una valorizzazione di 4,8 milioni (incluse immobilizzazioni materiali) con pagamento in parte dilazionato, oltre a un earn out subordinato al raggiungimento di specifici obiettivi nel 2023 e 2024.



Sviluppo a Sud: KFC sbarca in Calabria e a Napoli

Dopo l'opening di Rende, in provincia di Cosenza presso il centro commerciale *Metropolis*, che segna il debutto di **KFC** in Calabria, il pollo fritto del colonnello Sanders è arrivato per la prima volta anche a Napoli: ha aperto nel cuore del centralissimo rione Carità il primo ristorante Kentucky Fried Chicken della città della sirena Partenope, dopo le opening nei centri commerciali *Campania* di Marcianise, *Movieplex* di Mercogliano e *La cartiera* di Pompei. Diventano così 12 i ristoranti del brand aperti nel Sud Italia, che si conferma sempre più strategico e porta a 59 il numero di locali lungo la Penisola, distribuiti in 14 regioni. Non a caso, delle 25 nuove aperture previste per il 2022, ben il 40% sarà nel Mezzogiorno.

Il locale napoletano si sviluppa su oltre 300 metri quadri più un dehor di 45 metri quadri per godersi pranzi e cene all'aperto, ha 56 posti a sedere in sala e 40 in esterno.

È la società **2K16** a gestire in franchising il ristorante di Napoli Carità, che darà lavoro a ben 40 persone.



Mense in ospedale: 10 colossi per il maxi appalto pugliese

La tedesca **Dussmann**, l'inglese **Compass**, la francese **Sodexo**, le romane **La Cascina** e **Innova**, la veneta **Serenissima ristorazione**, il **Consorzio nazionale servizi** di Bologna, **Gemos società cooperativa** di Ravenna, la barese **Ladisa** e l'emiliana **CIRFOOD**: ecco le pretendenti all'appalto monstre da 372 milioni di euro della Regione per l'affidamento del servizio di ristorazione negli ospedali pugliesi. La gara messa a punto dalla centrale regionale **InnovaPuglia** è suddivisa in sei lotti e ha un valore stimato di 189 milioni di euro, che possono salire fino a 372 milioni a seconda dell'estensione temporale dell'affidamento. Che prevede la presentazione di offerte per un numero massimo di quattro lotti, che è anche il numero massimo di lotti che possono essere aggiudicati a un singolo offerente. Ergo ci sarà di sicuro più di un vincitore. Due gli elementi alla base del criterio di aggiudicazione: qualità complessiva della proposta (ponderazione 75) e prezzo (ponderazione di 25). La durata del contratto d'appalto è di 60 mesi. Una volta svelate le aziende aggiudicatrici, saranno poi le singole Asl a formulare gli ordinativi alle stesse, mettendo a punto i piani di assorbimento con gli elenchi dei lavoratori, così da stabilire in modo più ottimale il passaggio dei dipendenti dal precedente al nuovo gestore. Un passaggio regolato dall'Anac, l'Autorità nazionale anticorruzione.

Sodexo lancia il delivery robotizzato nei college Usa

Sodexo ha esteso la partnership e investito nella startup colombiana **Kiwibot** per portare il servizio di delivery con i robot in 50 campus americani.

Chi parlava di un 2022 sotto il segno della robotizzazione nel delivery aveva ragione: dopo **Domino's**, **Grubhub** e **Uber Eats**, anche Sodexo ha annunciato il rinnovo della partnership, già ufficializzata lo scorso agosto, con Kiwibot, che tra l'altro ha appena chiuso un Pre-Series A round da 7,5 milioni che ha visto la partecipazione dello stesso colosso della ristorazione francese.

Lo scopo della collaborazione, del valore di 20 milioni di dollari, è presto detto: portare, entro la fine dell'anno, 1.200 robot in 50 college USA per effettuare il servizio di consegna dei pasti agli studenti, a costi inferiori e con un minor impatto ambientale.



Pavia: a Dussmann la ristorazione nelle scuole

Il **Comune di Pavia** ha affidato l'appalto per i pasti nelle scuole al gruppo **Dussmann Service Srl**, che già aveva ottenuto il miglior punteggio dopo l'apertura delle buste.

Il contratto da 6,2 milioni di euro ha durata biennale (con scadenza aprile 2023), rinnovabile di altri due, e avrà decorrenza dal 31 marzo 2022. Sono 600mila i pasti che ogni anno hanno l'azienda che gestisce l'appalto dovrà servire ogni anno a 4 mila bambini. Come stabilito nel capitolato, tra i compiti del nuovo gestore c'è il rispetto di un servizio che è già plastic free e che valorizza i prodotti a Km zero. Infatti, in quasi tutte le scuole pavese posate, brocche e bicchieri sono già senza plastica mentre sono 29 le aziende locali disposte a fornire prodotti del territorio stipulando una apposita convenzione con Dussmann. Altra novità, la promozione del centro di cottura comunale di via Aschieri, che funge anche da mensa, e la ristrutturazione di alcune parti dell'immobile. Ogni anno per l'utilizzo della struttura, il gestore dovrà versare alle casse del Mezzabarba 130mila euro.

Fipe e Azimut insieme per il fintech dei pubblici esercizi

Per provare a risollevarsi dopo due anni di incassi dimezzati e costi crescenti, le imprese della ristorazione si affidano (anche) al fintech. Una soluzione inedita per realtà spesso piccole o piccolissime, in genere sottocapitalizzate, che ora, complice anche l'impennata di inflazione e caro energia, devono fare i conti con una forte crisi di liquidità. Per provare a invertire la tendenza **Fipe-Conffcommercio** ha deciso di siglare un accordo con **Azimut Marketplace**, la prima piattaforma digitale di servizi finanziari dedicata alle PMI, che in soli cinque mesi ha già registrato richieste di finanziamenti per oltre 45 milioni di euro. Obiettivo: mettere a disposizione delle circa 300mila imprese del settore ristorazione, del turismo e dell'intrattenimento le soluzioni della piattaforma lanciata da Azimut e **STEP 4 Business** nell'ottobre scorso.

Un'alternativa ai tradizionali sistemi di accesso al credito e ai ristori. Secondo un'indagine condotta dall'Ufficio Studi della Federazione Italiana dei Pubblici esercizi infatti, il 60% dei pubblici esercizi negli ultimi anni si è trovato a

fare i conti con pesanti problemi di liquidità: in molti casi i soci sono stati costretti a supplire con capitali propri, a dilazionare i pagamenti ai fornitori, a ricontrattare i canoni di locazione, a ricorrere al classico (e abusato) scoperto di conto corrente. Non solo. Tre imprese su quattro hanno chiesto un aiuto pubblico approfittando del DL Liquidità, ma per il 47% di loro, l'iter burocratico è stato assai tormentato e le difficoltà hanno provocato un grave ritardo nelle erogazioni. Con Azimut Marketplace le imprese possono beneficiare di un unico punto di ingresso a funzionalità per la gestione delle finanze aziendali e i servizi finanziari delle società più innovative del fintech, come CRIF (aggregazione completamente gratuita dei vari conti correnti e strumenti di fatturazione elettronica oltre a soluzioni di finanza agevolata) October (finanziamenti istantanei), Workinvoice (anticipo fatture digitale), Ebury (pagamenti internazionali). Nel giro di qualche settimana, l'offerta verrà arricchita con nuovi partner riuscendo a coprire le principali aree di bisogno di un'impresa.

Milano: Alice Pizza arriva in Via Torino e in Via Solari



Alice Pizza, noto marchio di pizzerie al taglio romano, continua la propria espansione in tutta Italia e, dopo aver inaugurato 27 nuovi punti vendita nel 2021, annuncia l'apertura di altre pizzerie nella città di Milano, in Via Torino 62 e in Via Solari 1. Il punto vendita di Via Torino ospita fino a 50 persone ed è caratterizzato da un piano terra e da un soppalco vetrato dal quale è possibile osservare il bancone e l'area di lavorazione dei pizzaioli, completamente a vista anche dall'esterno grazie alle grandi vetrate incorniciate da infissi verde salvia. La pizzeria di Via Solari, con 30 posti a sedere, accoglie gli amanti della pizza in teglia romana in uno spazio sempre molto luminoso che in primavera sarà anche dotato di un dehor. Il progetto di crescita del marchio prevede diverse altre aperture nel corso del 2022, con la creazione di 300 nuovi posti di lavoro, puntando sulla qualità del prodotto e la versatilità del format.

Pescaria apre a Trento il suo decimo locale



Taglio del nastro in quel di Trento per il 10° locale dell'insegna pugliese **Pescaria**. Collocato in Largo Carducci, il ristorante è dotato di 70 sedute e dà lavoro a 25 persone. Ma il format di **Bartolo L'Abbate**, amministratore delegato dell'insegna nata a Polignano a Mare 7 anni fa, non termina qui la sua corsa. Presto aprirà infatti un nuovo locale anche a

Padova, il secondo in Veneto dopo quello di Verona, nell'ottica di continuare a portare Pescaria in tutte le principali città italiane, anche là dove non c'è la cultura del pesce. Detto, fatto: sono 5 le opening previste nei prossimi mesi da parte dell'insegna che è già presente a Milano (due punti vendita), Roma, Bologna, Torino, Napoli e Verona. "Ci piacciono le sfide e vogliamo raggiungere i più giovani, che sono quelli che ricercano le novità: saranno loro a presentarci alle loro famiglie", ha detto L'Abbate. Pescaria, con i suoi panini di mare innovativi, ha di fatto inventato "un nuovo modo di mangiare il pesce", come dicono dall'azienda, "ormai noto e replicato ovunque".



Viky's Burger Queen, l'hamburgeria più regale d'Italia

Patate fresche, hamburger di Fassona e la corona per i selfie (con la Regina): a Milano ha alzato la saracinesca **Viky's Burger Queen**, l'hamburgeria "più regale di tutta Italia", un po' british e un po' italiana. Collocato in via Losanna, il locale ha un obiettivo spiegato dai titolari nel comunicato che ne annuncia l'inaugurazione: trasformare l'hamburger da "junk food" a cibo gustoso e sano. Ecco perché il ristorante è stato pensato per celebrare l'eccellenza della Fassona piemontese in una location futuristica in cui vengono usate materie prime del territorio italiano con qualche contaminazione britannica. Il menu – che ha un occhio di riguardo anche per vegani e celiaci – prevede patatine fresche preparate ogni giorno, crostoni, hamburger e una selezione di birre italiane e internazionali.

E dopo aver mangiato, per chi vuole selfie sotto la corona luminosa che si trova nel locale o alle fotografie con l'immagine per eccellenza "simbolo di tradizione, affidabilità e regalità": quella della regina Elisabetta, *of course*.

Mense: a Torino stop al massimo ribasso, sì alla qualità

A **Torino** l'appalto della mensa non sarà più affidato con il principio del massimo ribasso: nessun risparmio sui pasti dei bambini torinesi insomma. Il prossimo bando per la ristorazione scolastica, che nella città sabauda vale intorno ai 35 milioni di euro, non sarà vinto da chi farà lo sconto più alto al Comune: per conquistare i quasi 6 milioni di pasti all'anno che vengono serviti in 342 scuole ai bambini, dai nidi alle medie, le aziende si dovranno scontrare a colpi di... qualità. L'indirizzo è infatti quello di assegnare il massimo punteggio all'offerta qualitativa, secondo quanto previsto dal Codice degli appalti, così da dare priorità a elementi come l'estensione della mensa fresca, il sapore del pasto, l'utilizzo di alimenti a Km zero, il recupero e l'educazione alimentare. Tutti elementi che fanno parte delle linee guida per portare nei refettori delle scuole "un pasto completo, sano e bilanciato", senza dimenticare i 2 mila lavoratori che operano nelle cucine negli istituti torinesi: il loro buon trattamento e la loro adeguata remunerazione è uno degli elementi di cui si terrà conto nell'affidare l'appalto. Altro aspetto fondamentale è la riduzione degli sprechi e la tutela dell'ambiente: largo a frutta e verdura allora, ma da agricoltura biologica, e, se si tratta di banane e papaya, devono arrivare da canali equo-solidali. Particolare attenzione si darà alla cura del sapore dei piatti, fattore fondamentale in una realtà assurda agli onori delle cronache qualche anno fa per la campagna (e le sentenze) a favore del "panino da casa". Un fenomeno che si è ormai ridimensionato.

L'INNOVAZIONE CHE TI SORPRENDE **BASTA UN CLICK.**



ETICA SOLUZIONI S.R.L. è leader nella produzione di Sistemi informatizzati per la Gestione della Ristorazione collettiva scolastica, ospedaliera e aziendale.

Oltre 1.000 clienti scelgono le nostre soluzioni per la qualità e semplicità dei nostri sistemi, la sicurezza dei dati e la professionalità dei nostri team.

La nostra gamma di piattaforme digitali comprende varie opzioni, tra cui: **School Net**, specializzata nella refezione

scolastica e nei servizi a domanda individuale; **Ospedale Net**, utile a organizzare i pasti in ospedali, case di cura, cliniche e RSA; **Easy Lunch**, progettata per la ristorazione aziendale a 360 gradi.

Tre soluzioni alla portata di tutti, per gestire la ristorazione in un modo semplice, che non ti aspetti.

Scopri tutti i nostri servizi con un click: eticasoluzioni.com



**ETICA
SOLUZIONI**

PIATTAFORME DIGITALI PER LA RISTORAZIONE

Oricon: rivedere la disciplina d'assegnazione nella collettiva

Per premiare elementi qualitativi e non offerte a massimo ribasso, secondo **Oricon** occorre rivedere disciplina di assegnazione nella ristorazione collettiva.

Mercoledì 9 marzo il Senato ha approvato in prima lettura il ddl n. 2330 di delega al Governo in materia di contratti pubblici, che passa ora all'esame della Camera.

Il provvedimento recepisce gli emendamenti supportati dall'Osservatorio ristorazione collettiva e nutrizione, affinché il Governo nell'attuare la delega riveda anche la disciplina di assegnazione dei servizi di ristorazione collettiva.

"Come Oricon riteniamo che questo sia il primo passo per riconoscere a questo servizio il valore sociale, oltre che economico, che ha dimostrato di avere nelle scuole, negli ospedali e nelle aziende", ha commentato **Carlo Scarsciotti**, presidente dell'Osservatorio.

Secondo il quale "il bando per un appalto è la leva strategica per far sì che il servizio erogato guardi al benchmark migliore possibile. Il prossimo passo sarà individuare criteri e principi che possano premiare gli elementi qualitativi dell'offerta e non, come spesso accade, l'offerta al massimo ribasso di prezzo.

Questo con l'obiettivo di tutelare soprattutto la qualità del servizio offerto alle fasce più vulnerabili, come ad esempio la ristorazione scolastica e ospedaliera".

All'ex Philips di Monza, nasce l'Energy Spring Park con PizzAut

La proprietà dell'ex *Philips* di Monza, ai confini con Sesto San Giovanni (MI), ha presentato il progetto per l'area ribattezzata **Energy Spring Park**, dove sorgeranno residenze, verde, impianti sportivi, un albergo e il nuovo ristorante **PizzAut**, il secondo dopo quello di Cassina de' Pecchi (MI), dove a cucinare è un gruppo di ragazzi con autismo. La rigenerazione dell'area partirà con il comparto sportivo, ma il progetto nel suo complesso comprende tre diversi ambiti di intervento con differenti destinazioni d'uso: una zona commerciale (con un supermercato *Lidl*), una votata allo sport e alla residenza privata e una dedicata al lavoro e ai servizi alla persona. Come detto, il progetto comprende anche l'apertura, all'interno dell'area di 135.000 metri quadrati, dell'annunciata location monzese di PizzAut, con annessa anche l'Accademia di formazione per ragazzi autistici. La pizzeria andrà a occupare quella che un tempo era la mensa aziendale della Philips. E saranno proprio i ragazzi organizzati da **Nico Acampora** a gestire il servizio mensa per i dipendenti dell'area (sono 800 quelli che lavorano nel comparto produttivo) già dal prossimo maggio, in attesa dell'apertura della pizzeria e dell'accademia, previsti per la fine di quest'anno.





RIDUCI
RIUSA
RICICLA



LINEA MELAMINA

Nuova gamma di stoviglie pensate
per la ristorazione professionale

RIUTILIZZABILI e 100% BPA FREE







S.D.S. srl Via Campo dei Fiori, 13 - Vittuone (MI) ITALY
Tel. (+39) 02 37074200 - Fax (+39) 02 37074208
Email: sds@grupposds.it - www.grupposds.it



CIRFOOD: innovazione e sostenibilità nel Piano strategico

Una crescita di 400 milioni di euro a fine piano, per un fatturato di gruppo pari a 850 milioni entro il 2025 e investimenti per circa 40 milioni all'anno, dedicati a innovazioni tecnologiche, formazione dei propri dipendenti e alle opportunità di crescita generate dal mercato, sia per linee esterne che derivanti dagli investimenti previsti dal Piano nazionale di ripresa e resilienza. Sono come sempre ambiziosi gli obiettivi di **CIRFOOD**, colosso della ristorazione italiano che, nel piano strategico 2022-2025, prediligerà un approccio votato a innovazione e sostenibilità. Per raggiungere questi traguardi, la coop guidata da **Chiara Nasi** impegna a investire in soluzioni digitali (tecnologie 4.0, IoT, intelligenza artificiale) per potenziare i servizi offerti, ottimizzare la supply chain, il tracciamento dei prodotti e fornire una customer experience altamente innovativa ai propri utenti. Non solo: l'azienda concentrerà le proprie forze nel consolidare la propria eccellenza operativa, rendendo più efficienti i processi interni, i sistemi di gestione e permettere così lo sviluppo di nuovi prodotti, in linea con i trend del momento, capaci di accrescere il benessere dei clienti. A guidare queste azioni sarà "la sostenibilità a 360 gradi", con idee e prospettive che si realizzeranno anche all'interno del CIRFOOD District, il centro di ricerca e innovazione dove l'impresa cooperativa progetterà e sperimenterà nuove soluzioni nell'ambito della nutrizione e del foodservice.



CHIARA NASI,
presidente

Just Eat: a Roma un polo logistico per il delivery

Just Eat apre l'hub di Roma, il primo polo logistico del food delivery in Italia. Lo spazio occupa una superficie di circa 500 metri quadrati in zona piazza Barberini, in pieno centro, e conta su una flotta di 120 scooter elettrici *Cooltra* e 200 rider dipendenti. Il funzionamento del polo logistico prevede che i rider di Just Eat, a inizio turno, si rechino all'hub per ritirare il mezzo che gli permetterà di effettuare le consegne, utilizzando l'attrezzatura personale e i dispositivi di protezione individuale di cui sono già dotati. Alle aree dedicate al parcheggio e alla manutenzione dei veicoli, allo stoccaggio e alla pulizia degli zaini, si aggiunge la prima camera di ricarica in Italia per i 120 veicoli elettrici, modello *Askoll* e *S Pro 45+*, categoria L1, forniti da *Cooltra*, progettati e costruiti in Italia. L'hub sarà anche un luogo d'incontro e di formazione, con sale meeting e sale break, gestite da uno staff dedicato, con una formazione ad hoc, che coordinerà le attività del polo logistico e i meeting di informazione e formazione dei courier. Come già annunciato dal gruppo alla fine del 2021, a breve il progetto "hub" dovrebbe sbarcare presto anche a Milano.

LE SOLUZIONI SENZA GLUTINE PER L'HOME DELIVERY



www.schaer-foodservice.it

Cigierre inaugura la prima cloud kitchen

Cigierre apre a Milano la sua prima cloud kitchen. Qui l'esperienza sarà totalmente digitale, dai pagamenti alla consegna, e vedrà coinvolti due brand del gruppo: **Old Wild West Express** e **Il Padellino**. I clienti dei ristoranti dei due format potranno quindi ordinarne i prodotti attraverso i principali partner di delivery presenti in città. A fornire gli spazi di cucina e parte del servizio di logistica sarà invece **Cooklane**, azienda specializzata nella progettazione, commercializzazione e gestione di cucine professionali dedicate al mondo del delivery. Con questo primo progetto di cloud kitchen, la Compagnia Generale di Ristorazione friulana – proprietaria anche di **Temakinho**, **Pizzikotto**, **Shi's**, **America Graffiti** e **Wiener Haus** – testa un nuovo strumento per rispondere alla crescente richiesta di asporto e delivery, settore che per l'azienda è passato dal rappresentare il 6% delle vendite prima della pandemia, fino ad arrivare al 17% a giugno 2021.



Quore Italiano e Al Mercato crescono a Milano



Due nuove aperture milanesi per le insegne **Quore Italiano** e **Al Mercato Steaks & Burgers**. Entrambi i brand sono controllati da **Cuore di Parma**, la holding guidata da **Marcello Rizza** e **Giuseppe Beani**.

Con ordine. All'inizio di marzo Al Mercato Steaks & Burgers ha aperto la sua terza location in piazza Alvar Aalto, in zona Porta Nuova, ampliando la sua offerta: il brand di ristorazione fine dining si evolve e inserisce una nuova proposta di street food d'ispirazione asiatica, nord e sudamericana e vegana. Anche Quore Italiano rafforza la sua presenza nei luoghi chiave della città meneghina aprendo il sesto locale in via Dante, a due passi dal Duomo.

Negli ultimi due anni Cuore di Parma ha portato avanti i propri progetti in città aprendo due ristoranti Quore Italiano nei pressi di piazza Gae Aulenti e Al Mercato in corso Venezia. Con queste nuove location la società sale a quota 9 locali e comunica che nell'ultimo semestre del 2021 ha "registrato una significativa crescita che ha permesso a tutti i punti vendita di chiudere il bilancio in positivo".

Da Firenze a Salerno: il piano di Pizzium per altri 20 locali

Pizzium, il format di pizzerie napoletane che ha esordito nel 2017 a Milano, lancia un piano di espansione per il biennio 2022-23 che punta a raddoppiare la dimensione attuale (grazie all'apertura di almeno 20 nuove pizzerie), rafforzare la presenza nelle aree presidiate e portare il marchio anche in nuove città: a dirlo è **Stefano Saturnino**, amministratore delegato e fondatore della catena insieme a **Nanni Arbellini**.

Oggi Pizzium conta su 24 ristoranti, di cui 7 a Milano. Nel 2021 sono state inaugurate 4 nuove pizzerie in Piemonte, Emilia Romagna, Lazio e Lombardia. Il piano di sviluppo interessa tutta la Penisola: le prime operazioni, già entro il primo semestre 2022, riguarderanno Firenze, Torino, Genova e Salerno, tutte aperture in posizioni centrali delle città. Per quanto riguarda la società, Pizzium comunica di aver chiuso il 2021 con un giro d'affari in crescita del 25% sul 2020 e un



marginale operativo lordo del 20%. Sul fronte del capitale, lo scorso settembre la società di private equity **Equinox** è entrata nella compagine investendo su una quota del 40%, con un'operazione che ha visto un mix di aumento di capitale inscindibile pari a 6 milioni di euro e acquisto di azioni dai precedenti azionisti.



**servizi di ristorazione collettiva
a misura di persona**

Orgogliosamente Italiani



www.grupposerenissima.it

SERVIZI DI RISTORAZIONE COLLETTIVA A MISURA DI PERSONA

Sociosanitaria | Scolastica | Aziendale | Commerciale | Vending

La nostra idea di ristorazione si basa su una chiara visione: promuovere una corretta cultura dell'alimentazione che soddisfi le esigenze di tutti i nostri clienti. Crediamo nella ristorazione ecosostenibile, responsabile e che si adatti alle richieste degli utenti. Ecco perché scegliamo soprattutto aziende e prodotti della nostra terra.

Arriva a Torino il "food to go" di Eg Italia (con Carrefour)

Una nuova tappa dell'espansione in chiave travel retail di **Eg Group**, l'azienda che ha acquisito il controllo in Italia di circa 1.200 stazioni **Esso Italiana**: il format "food-to-go" di Eg è arrivato infatti anche in provincia di Torino, in tre stazioni di servizio a Frossasco, Moncalieri e Settimo Torinese. I convenience store godono di una partnership con **Carrefour Italia** e gli spazi interni sono stati curati da **Rol Italia**. Il progetto era partito l'estate scorsa con un punto vendita in Toscana, poi sono arrivate le aperture nell'area di Roncadelle (tangenziale di Brescia), e adesso quelle nel torinese. Oltre che con Carrefour, Eg Italia collabora anche con **Caffè Vergnano** per la parte bar. Ed ha avviato una partnership di franchising con **Burger King**.



12oz sbarca a Fiumicino e apre sotto la Mole a Torino



Doppio colpo per **12oz**, che raddoppia in aeroporto arrivando a Roma Fiumicino dopo Orio al Serio e apre il terzo locale a Torino all'ombra dell'edificio simbolo del capoluogo piemontese, la Mole Antonelliana. Anche il punto vendita nello scalo Leonardo Da Vinci, nel formato kiosk, è stato aperto insieme al partner del brand per il canale travel **Areas-MyChef**, e si trova nella

zona dei voli internazionali extra Schengen. Con queste due opening 12oz arriva a quota 19 store, nell'ambito di un ambizioso piano di sviluppo che ha l'obiettivo di raggiungere 700 punti totali entro il 2027. "Street coffee for people on the move" è il nuovo payoff che si legge sopra l'ingresso del nuovo locale appena aperto a Torino, lo slogan che riassume il posizionamento del brand e verrà usato in tutte le location. Azionista di maggioranza di 12oz è **JDE**, secondo torrefattore al mondo e parte del colosso internazionale **JAB Holding Company**.



Doppio Malto fa il bis a Milano

Doppio Malto fa il bis a Milano: con questa nuova inaugurazione, il marchio raggiunge quota 30 ristoranti attivi in Italia e all'estero.

Situato nel quartiere Porta Romana, uno dei più sofisticati della città meneghina, il nuovo pdv si propone come un "posticino felice" più intimo e raccolto rispetto agli altri del marchio nato a Erba. Non cambiano però i capisaldi di Doppio Malto: un menu di birre artigianali capaci di conquistare sin dal primo sorso, alle quali si affianca una proposta gastronomica stuzzicante e variegata. Per il brand, si tratta della seconda apertura nell'area metropolitana, dopo il mega ristorante inaugurato nel 2020 in viale Liguria, non lontano dai Navigli, che si aggiunge a quello aperto nel 2016 nell'hinterland, a **Scalo Milano Outlet&More**.

Autogrill: fatturato 2021 a 2,6 miliardi di euro

Fatturato 2021 a 2,6 miliardi di euro e una perdita di 37,8 milioni, con l'Italia che vale 766,5 milioni (+33,6%): il consiglio di amministrazione di **Autogrill S.p.A.** ha esaminato e approvato i risultati consolidati al 31 dicembre 2021, compresa la Non Financial Information Declaration 2021 e la relazione annuale in formato Esef. Le entrate 2021 pari a 2,6 miliardi di euro, segnano dunque un aumento del 32,8% a tasso di cambio costante; le vendite Like for like sono a loro volta in aumento del +39,0% mentre l'Ebit è stato

pari a -7,0 milioni nell'esercizio 2021. L'azienda ha riscontrato i benefici di diverse iniziative attuate nel corso dell'anno, tra cui una migliore diversificazione dei prodotti, una maggiore efficienza operativa e la rinegoziazione degli affitti. In questo modo, il risultato netto è stato di -37,8 milioni di euro nell'esercizio 2021.

Infine, il Gruppo ha riportato un Free cash flow di 117,0 milioni nell'FY2021 e un indebitamento finanziario netto (esclusi i crediti e le passività di leasing) di 197,4 milioni di euro. In Italia il fatturato si è attestato ai 766,5 milioni di euro, in crescita del 33,6% sul 2020.





Il Friuli VG mette a gara le mense scolastiche

Indetta dalla Cuc per il servizio di refezione scolastica la gara per assegnare il servizio di ristorazione nelle scuole di 26 comuni del **Friuli Venezia Giulia**. Improntata alla massima qualità e alla vicinanza territoriale del servizio, sono pervenute complessivamente 13 offerte di diverse aziende attive sul territorio della Regione. La gara, del valore di 9,4 milioni di euro per una convenzione di 36 mesi (ma l'importo sale a 25,7 milioni considerando tutte le clausole opzionali, compresi i rinnovi) è suddivisa in sei lotti, che includono in totale 26 Comuni di medio-piccole dimensioni, aggregati per caratteristiche di omogeneità. Il capitolato e la base d'asta prevedono la personalizzazione del servizio, tanto che i prezzi unitari a base di gara e le prestazioni sono state differenziate per ciascun Comune. La gara sarà aggiudicata in base al criterio dell'offerta economicamente più vantaggiosa individuata sulla base del miglior rapporto qualità/prezzo, attribuendo 85 punti alla qualità e 15 al prezzo. Tutti i Comuni partecipanti possiedono una propria cucina dove realizzare i pasti, il che è garanzia di qualità assieme alla scelta di inserire dei criteri premianti quali la presenza di marchi e certificazioni che riducono l'inquinamento in virtù di minori percorrenze chilometriche per la fornitura delle materie prime.

Deliveristo lancia l'app e triplica il fatturato

Deliveristo, il più grande mercato online per ristoratori e chef nato nel 2019 continua a crescere offrendo servizi sempre più innovativi a supporto degli operatori del settore Horeca: per questo è nata la prima applicazione di Deliveristo per consentire a cuochi e ristoranti aderenti di scegliere in maniera semplice e immediata tra una selezione di prodotti ampia e di qualità. In linea con un approccio moderno e smart è lo caratterizza, il brand, che raggruppa e seleziona le eccellenze enogastronomiche italiane, a oggi vanta oltre 1.000 clienti in tutta Italia (con un particolare focus su Milano, Torino, Bologna, Roma e Firenze), più di 350 fornitori aderenti e oltre 40.000 prodotti in catalogo, con un trend di crescita del 300% anno su anno.

In questo contesto dinamico e in forte crescita, alla nuova app di Deliveristo gli operatori del settore possono iscriversi gratuitamente, accedendo comodamente con un click dal proprio device alla pagina iniziale, che si popola con i prodotti recentemente acquistati, una meccanica che rende le operazioni di riacquisto ancora più veloci. Lo storico degli ordini consente di acquistare nuovamente i prodotti con un solo click, riaggiornandone i quantitativi in maniera rapida e intuitiva.

Altro plus del servizio è quello di poter creare veri e propri team: il ristoratore può aggiungere al suo account come membri i dipendenti, consentendo a tutti di intervenire sugli acquisti; ogni singolo ordine riporterà il nome della persona che l'ha formalizzato. Inoltre, da un unico profilo, il titolare di diversi locali potrà gestire gli ordini delle differenti location. Anche la scelta dei prodotti è semplice: grazie alle pagine dedicate ai singoli fornitori è facile orientarsi, selezionare le diverse referenze e scoprirne di nuove, affini a quelle che sono le esigenze della propria impresa, oltre che ad una ricca sezione che raggruppa tutte le categorie merceologiche presenti in catalogo.

Pasticceria Cova, taglio nastro a Monte Carlo con Briatore

Pasticceria Cova fa il bis nel Principato di Monaco: dopo il successo del primo locale aperto in Boulevard des Moulins, taglio del nastro per la seconda location al numero 37 di Avenue Princesse Grace per **Cova Monte Carlo**. Il locale, che dispone di una terrazza di circa 40 metri quadrati, si trova al Palais de la Plage, la struttura parte del più ampio progetto di riqualificazione della zona a nord della spiaggia del Larvotto firmata da Renzo Piano. Fondato nel 1817 a Milano e nel 2013 acquisito dal colosso francese del lusso **Lvmh**, il marchio di pasticceria, confetteria e ristorazione milanese, a Monte Carlo fa parte di **Majestas**, gruppo attivo nel settore dell'intrattenimento e dell'hospitality di lusso legato a **Flavio Briatore**, l'imprenditore piemontese che ha nel suo portafoglio anche i format **Billionaire** (che aprirà una nuova location sull'isola greca di Mykonos) e **Crazy Pizza**, che ha appena tagliato il nastro a nuove location tra Roma e Milano. La pasticceria meneghina oltre che nel Principato dei Grimaldi, conta diverse altre location estere aperte a partire dal 1993: oggi sono 30 i punti vendita totali, presenti anche a Shanghai, Parigi e Hong Kong.



Il barometro produttivo **segna tempesta**

DDa metà febbraio il rischio di un conflitto bellico fra Russia e Ucraina aleggiava sull'orizzonte mondiale ed era stato segnalato anche su queste pagine. Ma ciò che è avvenuto pochi giorni dopo, con l'attacco della Russia al suo ben più piccolo vicino, è andato oltre quanto il più incallito pessimista potesse attendersi. L'Europa si è così trovata di colpo di fronte a una situazione di straordinaria gravità: *"L'aggressione russa dell'Ucraina porta l'economia europea in un territorio sconosciuto"*, ha affermato (17 marzo) la presidente della Bce Christine Lagarde. *"Essa ha rivelato la nostra vulnerabilità collettiva che deriva dalla dipendenza economica da attori ostili"*. Altrettanto profondo si sta rivelando l'impatto del conflitto sulle relazioni a livello globale, che coinvolgono in primo luogo Stati Uniti e Cina. Il 2022 non sarà perciò un "anno di stabilizzazione", come prevedeva a gennaio il Fondo monetario internazionale: sarà un anno dominato dall'incertezza e dall'affannosa ricerca di nuovi equilibri, segnalati dalla grande volatilità delle Borse e dall'impennata dei costi delle materie prime. In un simile contesto anche la competizione fra le valute si carica di un più aspro carattere che investe direttamente il versante geopolitico.

La condizione del dollaro – dalla fine della Seconda guerra mondiale detentore del primato come valuta di riserva internazionale – ha consentito agli Usa, d'intesa con la Ue, di ricorrere pesantemente all'arma delle sanzioni in risposta all'invasione russa dell'Ucraina. Un tale uso politico del dollaro potrebbe aprire la strada al tentativo della sua sostituzione come valuta di riserva da parte dei Paesi ostili o non allineati con l'Occidente. Ma, secondo l'economista Alessandro Penati (Il Domani, 12 marzo) è un rischio limitato: l'unica alternativa praticabile sarebbe infatti il renminbi. La moneta cinese non dispone però, ad oggi, delle caratteristiche proprie di una valuta di riserva.

È invece l'euro che potrebbe, in questa fase, subire dei riflessi negativi. Russia e Cina avevano infatti sempre più utilizzato questa moneta, negli ultimi anni, come valuta di riserva: indirizzo che subirà ora quanto meno una contrazione. Non è, comunque, questo il più spinoso dei nodi per l'Europa: la Bce, ha lasciato invariati i tassi, ma concluderà in estate il suo programma di stimoli all'economia. Da questa scelta scaturisce un'ipotesi plausibile: che il rialzo del costo del denaro nell'Eurozona possa concretizzarsi entro l'anno. Evento che farebbe seguito all'aumento dei tassi di un quarto di punto varato il 16 marzo, negli Usa: il primo deciso dalla Federal Reserve dal 2018, per tentare di contrastare un livello d'inflazione mai raggiunto da quarant'anni.

Del resto, la guerra in Ucraina, tra le sue tante negative conseguenze, ha quella di aver alimentato la corsa dell'inflazione, che nel Vecchio continente (stima Bce per il 2022) salirà al 5,1 per cento: effetto convergente dell'aumento dei prezzi degli acquisti dall'estero e delle strozzature nella catena degli approvvigionamenti. Le sanzioni decise contro la Russia avranno effetti molto più pesanti per l'economia dell'Europa rispetto a quella americana. La previsione di una crescita del 4% del Pil, prospettata a inizio anno dagli esperti di Bruxelles, oggi va rivista. In un contesto del genere, bruscamente peggiorato rispetto alle aspettative post-Covid, tornano perciò a circolare tentazioni di protezionismo e, soprattutto, uno spettro che si sperava fugato: quello della stagflazione. Sfuggerà l'Italia ad esiti così negativi?

Sulla regressione nel protezionismo va ricordato che il nostro Paese si è molto giovato del rafforzamento dell'export e della liberalizzazione degli scambi, si può perciò pensare che non avrà cedimenti; preoccupa di più la stagflazione contro la quale abbiamo argini meno solidi. L'impennata del Pil che abbiamo realizzato nel 2021 consentirà, si prevede, una crescita anche per l'anno in corso. Ma i danni, diretti e indiretti, causati dal conflitto in corso, aggiunti a quelli di una epidemia non del tutto domata, saranno probabilmente di gran lunga maggiori.

Qualche cifra è eloquente: a gennaio si è verificato il secondo calo consecutivo per la produzione industriale. L'Istat stima la contrazione al 3,4 % su dicembre, con un tendenziale annuo del 2,6 per cento, e si tratta di un dato anteriore all'invasione della Russia.

Con i traffici sconvolti dalla guerra, l'Italia ha almeno quattro settori particolarmente esposti: siderurgia (gli altoforni sono a rischio di blocco per carenza di ghisa e rottami); auto (già in difficoltà per il calo dei consumi e per la crisi dei microchip, ora si paventano nuovi guai dal conflitto); ceramica (a corto di argilla per il blocco delle forniture dall'Ucraina); agro-alimentare (in emergenza, soprattutto per l'interruzione, sempre dall'Ucraina, delle forniture di grano tenero e di mais, essenziale per la mangimistica).

Ma il barometro produttivo segna tempesta anche per l'impatto indiretto che gli eventi bellici causano su molti altri settori, come la moda e il lusso: la regolarità degli scambi è compromessa e i loro costi aumentano, il che si traduce in un freno per i consumi. Per ragioni analoghe anche il turismo, l'alberghiero e la ristorazione, che stavano ripartendo di slancio dopo il Covid, temono nuove battute d'arresto.

E se per la guerra si può sperare che la diplomazia alla fine faccia tacere le armi, con il caro-energia si dovranno invece fare i conti a lungo e saranno conti molto amari. I prezzi dei carburanti alle stelle mentre infuria una guerra costituiscono, infatti, gli ingredienti di una miscela esplosiva. Uno studio di Confcooperative con il Censis, basato su dati del Fmi, indica che sono oltre 180mila le imprese italiane a rischio per il caro energia. (Corriere della Sera, 16 marzo) *"La crisi energetica è una tragedia per l'economia, specialmente qui da noi, come lo fu quella del 1973"*, avverte Daniel Gros, economista fra i più attenti alla situazione europea. (Repubblica, 14 marzo).

Per l'Italia può esserlo in modo ancor più grave, dato che accusa una più accentuata dipendenza dall'estero per gas e petrolio in un momento nel quale il suo tasso d'inflazione (+5,7 % a febbraio) è il più alto da un quarto di secolo. Diversificazione delle fonti energetiche e riorganizzazione delle catene di approvvigionamento, individuando nuovi fornitori, appaiono perciò i rimedi più efficaci per sfuggire al pericolo di una grave recessione produttiva. Perseguire entrambi questi obiettivi e farlo in tempi serrati richiederà uno sforzo straordinario per il Paese; si tratta, peraltro, di una rotta, di fatto, obbligata per allontanare il vascello dell'Italia dagli scogli di un naufragio, altrimenti incombente.

Antonio Duva

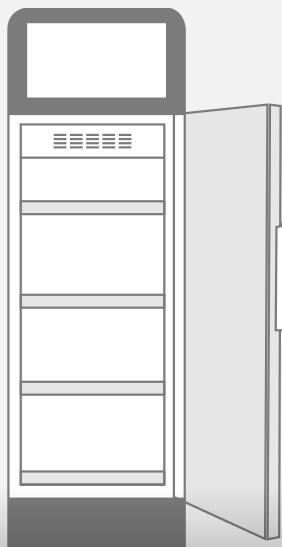


L'UNICO SISTEMA PER INNOVATIVE LOGICHE DI BUSINESS

Ristocloud propone una soluzione "chiavi in mano", completa, facile da configurare e totalmente controllata da remoto che consente di gestire più **micro-store self-service, aperti H24 e 7 giorni su 7, senza personale**, per soddisfare la

comodità del consumatore, nei luoghi che frequenta e con una esperienza unica ed innovativa **per il ritiro del take away prenotato e/o l'acquisto d'impulso di prodotti alimentari.**

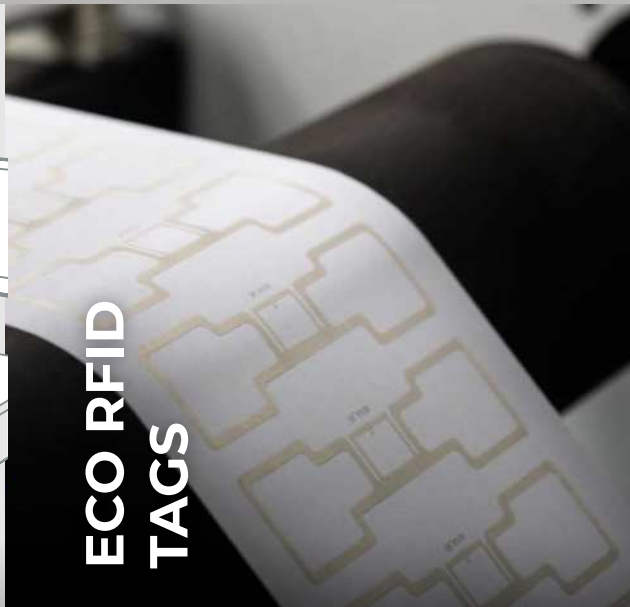
INTELLIGENT
FRIDGE



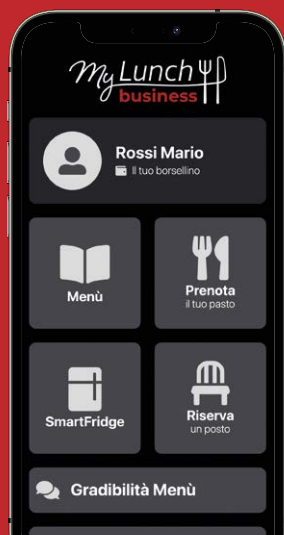
DESKTOP
ENCODING
STATION



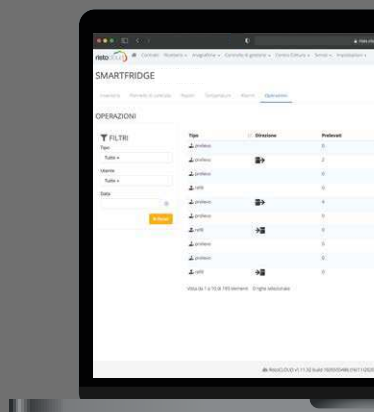
ECO RFID
TAGS



RISTOCLOUD
USER EXPERIENCE



RISTOCLOUD
CONTROL SYSTEM



SERVICE &
SUPPORT



www.ristocloudgroup.com/ims



A proposito di futuro

Abbiamo chiesto a Sodexo Italia di mettere a fuoco le attuali dinamiche di mercato e di parlarci delle proprie attività calate nel quadro economico, sanitario e geopolitico di grande complessità che stiamo vivendo. Ecco il risultato

di A. Anderloni

Questi ultimi mesi si stanno caratterizzando per due principali fenomeni di mercato: il primo riguarda le difficoltà negli approvvigionamenti, poiché la domanda è superiore alla produzione disponibile in buona parte della catena industriale, e il secondo è legato alla crisi energetica, con i continui record al rialzo del prezzo di energia elettrica, gas e petrolio, che stanno spingendo le aziende a limitare i cicli produttivi e ad alzare i prezzi di vendita per calmierare almeno in parte l'impatto sui costi di produzione. Questi due fattori sono all'origine dell'elevata inflazione e il conseguenziale incremento dei

prezzi a livelli che in Italia non si registravano da decenni. Proprio in tal senso si pensi che l'ISMEA negli ultimi mesi ha evidenziato incrementi tendenziali anche superiori al 50% per i cereali, del 16% per frutta, del 30% per i suini, del 25% per le carni avicole e del 20% per bovini. Ma le sfide che ci attendono sono anche dettate da altri trend del momento, come flessibilità e sostenibilità.

Argomenti sensibili su cui **Stefano Biaggi** CEO **Sodexo Italia** ha le idee molto chiare: *"Per la flessibilità abbiamo imparato essere sempre più reattivi, a fare cose nuove e ad utilizzare stru-*



STEFANO BIAGGI,
CEO Sodexo Italia

menti digitali. Per la sostenibilità assicuriamo un approvvigionamento responsabile e un'accurata preparazione degli alimenti: come fornitore di servizi è nostro dovere quotidiano bilanciare le attività per generare un effetto positivo sugli ecosistemi naturali, sociali ed economici del nostro pianeta".

Gli effetti della guerra

L'attuale contesto di crisi energetica si sta caratterizzando per un deterioramento dell'intera catena del valore di diverse aziende, anche quelle che operano nel settore food. Per esempio la crescita del costo del gas, dell'energia elettrica e del petrolio stanno spingendo sempre più aziende a ridurre (se non a cessare almeno temporaneamente) la loro produzione con un'evidente diminuzione della disponibilità e un aumento dei prezzi per gli agricoltori. "La crisi Ucraina, dice Biaggi porterà ad una carenza sul mercato di molti prodotti, principalmente agricoli, con un rischio di ritorno al protezionismo, già intrapreso da Paesi come l'Ungheria, che ha infatti imposto lo stop all'esportazione, per esempio, del grano. Per gestire al meglio un tale scenario inflattivo e di scarsità di materie prime sarà dunque necessario, anche al fine di una coerente sostenibilità, rivisitare i menu sia in termini di ingredienti che di ricette. Riparametrare i ricettari sarà fondamentale per gestire i consumi in fase di produzione, oltre poi a rafforzare il focus sulla gestione degli stock. Sarà infine necessario avere flessibilità: dovremo far fronte a rotture di stock: capacità di adattamento e gestione dei costi saranno dunque leve determinanti per affrontare tutte le sfide che si manifesteranno".

Personalizzare l'esperienza del pasto, creare il proprio diario alimentare, prenotare i pasti take away: oggi con le app tutto questo è possibile. Abbiamo chiesto al nostro interlocutore qual è l'approccio di Sodexo Ita-

lia verso l'uso del digitale e delle tecnologie in generale.

"Complice anche l'attuale emergenza sanitaria, negli ultimi due anni abbiamo spinto l'implementazione di specifiche soluzioni digitali che hanno preso sempre più spazio, agevolando l'esperienza di consumo e la possibilità di usufruire dei nostri servizi in modo comodo, veloce e flessibile. La nostra Web app MySodexo rappresenta in questo senso uno strumento accessibile da qualunque interfaccia collegata a internet (mobile, tablet o pc), facile, diretto ed intuitivo per accedere in completa sicurezza a numerosi servizi. Una volta aperto il link all'app attraverso la scansione del QR code da noi fornito, il commensale può effettuare la registrazione ed iniziare a vivere la propria esperienza digitale: attivare gli ordini, prenotare il posto all'interno del ristorante, eseguire i pagamenti, rispondere a sondaggi e consultare il menu giornaliero, le ricette, news e il proprio diario alimentare".

Per tutti i big player della collettiva c'è da affrontare il feno-

SODEXO ITALIA IN PILLOLE

(Dati al 31 agosto 2021)

Giro d'affari ristorazione collettiva (totale): **265.000.000 €**

Altri servizi FM: **115.000.000 €**

Collaboratori: **10.400**

Consumatori al giorno: **380.000**

Punti di servizio: **1.300**

Servizi Benefits & Rewards

Beneficiari: **592.000**

Affiliati: **100.000**

meno dello smart working che spinge verso contesti lavorativi sempre più fluidi, una popolazione aziendale sempre più eterogenea e spazi di lavoro più mobili: tutte dinamiche che impongono un adattamento degli aspetti produttivi, logistico/distributivo ma anche nutrizionali dei pasti aziendali per il segmento business.

Un servizio con Brio!

"In un contesto aziendale sempre più digitale, fluido e flessibile, sostiene Biaggi, vogliamo contribuire al benessere e alla

giusta motivazione dei collaboratori d'azienda con lo scopo di impattare positivamente sulle loro attività quotidiane e costruire insieme un futuro sostenibile. Per esempio Brio! è il nostro nuovo servizio di food office delivery in grado di portare la nostra passione per il cibo, di qualità e servito con cura, nella pausa pranzo in ufficio".

In sostanza si tratta di un nuovo modo di fare ristorazione pensato per un nuovo modo di lavorare. Si parla di aspetti che influiscono sul valore percepito da parte dell'utente, tanto che oggi molte aziende guardano al potenziamento del servizio di ristorazione aziendale in forma ibrida come elemento di attrattività. A livello di preparazioni, in linea con i trend salutistici che hanno preso sempre più piede dall'inizio della pandemia, Sodexo ha previsto piatti che rispettino la stagionalità, siano preparati con prodotti freschi, italiani e quanto più locali e utilizzino pochissima carne rossa e ingredienti energivori.

Con Brio!, l'azienda consegna in azienda i piatti attraverso dei mezzi refrigerati in maniera sicura e in confezioni ecosostenibili: plasticfree, riciclabili o compostabili.

Ma quali sono oggi i food trend che a livello globale, stanno influenzando di più la domanda sul mercato italiano, e quanto impattano nello strutturare un'offerta alimentare di qualità e innovativa per i vostri clienti nel segmento aziendale?



"I lunghi mesi trascorsi in casa a causa della pandemia hanno cambiato i confini della vita quotidiana delle persone e, con essi, la percezione che abbiamo di un momento essenziale come quello del pasto, ci dice Biaggi. Come Sodexo abbiamo il cibo nel DNA, per questo intercettiamo i diversi orientamenti per dare una risposta concreta e coerente alle nuove necessità che ne derivano. In primis la ricerca della qualità fin dalle materie prime. Nelle scelte alimentari, infatti, ci si sta sempre di più orientando verso proposte genuine e locali, con ingredienti stagionali e in grado di sostenere il benessere della persona, che sta sempre di più diventando un'esigenza fondamentale per tutti. Le persone cercano soluzioni a supporto della loro salute fisica, emotiva e mentale e il cibo è spesso il primo posto dove guardano. Vi è inoltre un'altra componente come la sicurezza, che i consumatori richiedono e, viceversa, i brand devono garantire attraverso la condivisione della propria visione e dei processi che stanno dietro le misure adottate per tutelare la salute degli utenti. Fondamentale anche l'attenzione alla sostenibilità alimentare: il cibo che serviamo proviene spesso da aziende locali, a chilometro zero e con i nostri esperti che collaborano con produttori e fornitori per assicurarsi che gli ingredienti selezionati rispondano a elevati standard di sostenibilità. Infine, il desiderio di accessibilità, con soluzioni da asporto, supportate da piattaforme tecnologiche e servizi dedicati che mettono al primo posto velocità, efficienza, qualità e freschezza dei piatti. Inoltre supportiamo lo spirito di inclusione attraverso la sperimentazione in menu di ricette internazionali".

Il catering per le collettività trova nel settore pubblico un segmento che incide sensibilmente sui propri bilanci ma che mostra il fianco a meccanismi di gara criticabili che andrebbero

rivisti sulla via di un giusto rapporto tra richieste delle stazioni appaltanti, prezzo e qualità del servizio.

Il bando come leva strategica

La pandemia ha accelerato alcune situazioni di criticità preesistenti provocate da uno stallo dei prezzi degli affidamenti. Le richieste sono spesso insostenibili e incoerenti tra quanto richiesto in capitolato e il prezzo messo a base d'asta.

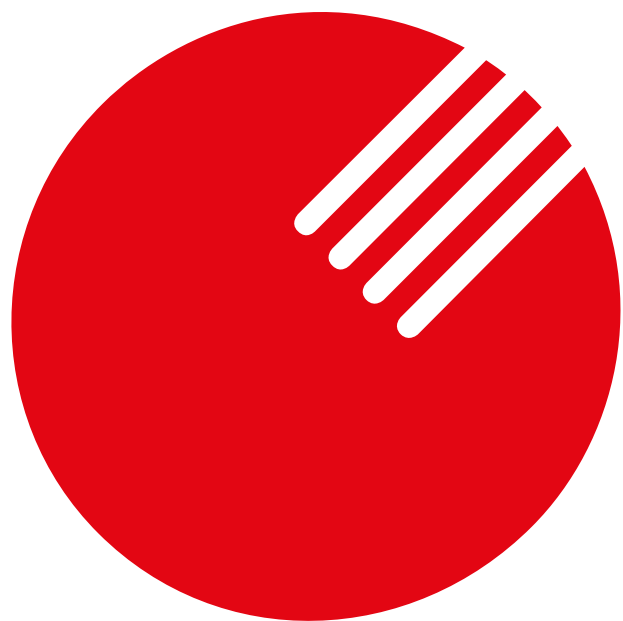
"Fare scelte orientate al solo risparmio, senza premiare la qualità, dice Biaggi, può creare disaffezione dell'utente verso il servizio proposto. Purtroppo, però, assistiamo frequentemente a degli escamotage applicativi che rendono i criteri qualitativi – quelli che dovrebbero fare la vera differenza nell'aggiudicazione dell'appalto – quasi mai non realmente selettivi, con una conseguente omologazione delle offerte". La gara nei fatti "si trasforma" in aggiudicazione al massimo ribasso, eludendo i principi che hanno guidato la stesura della norma primaria. Le gare ospedaliere sono oramai gestite tramite centrale unica di acquisto che coinvolge le strutture ospedaliere di una intera regione: la preparazione dell'offerta è complessa e richiede investimenti già nella progettazione, così come i tempi di aggiudicazione sono molto lunghi e spesso portano a ri-



corsi. C'è da considerare anche che, in alcuni casi, le istituzioni che esternalizzano il servizio di refezione scolastica predispongono i capitolati senza una necessaria valutazione della coerenza delle richieste formulate con il prezzo del pasto esposto in gara, quindi scaricando i maggiori oneri sulle società affidatarie. *"Ma non solo, prosegue Biaggi: nei bandi di affidamento vengono spesso inserite*

richieste non inerenti la produzione e fornitura dei pasti, come ad esempio opere infrastrutturali ai locali cucina e di servizio, implementazione gestione dei servizi di pagamento etc., i cui costi non sono quasi mai separati dal prezzo del pasto. Infine, il ricorso a gare con formule di valutazione della componente economica che amplificano l'effetto 'prezzo' ha avviato un pericoloso trend di contrazione dei margini, con la conseguenza di mettere a rischio gli investimenti sulla qualità e con svantaggi per i consumatori. Crediamo invece che il bando per un appalto sia la leva strategica per far sì che il servizio erogato guardi al benchmark migliore possibile. Per questo, ritengo che gli emendamenti che Oricon ha proposto per la modifica del codice degli appalti siano fondamentali per tutelare in particolar modo la qualità del servizio offerto alle fasce più vulnerabili, come ad esempio bambini, pazienti e anziani".





CIBUS

21° SALONE INTERNAZIONALE
DELL'ALIMENTAZIONE

PARMA.3|6MAGGIO.2022

WELCOME TO
FOODLAND

www.cibus.it | cibus@fiereparma.it | Follow CIBUS on    



Un mestiere da imparare



La formazione gioca un ruolo sempre più centrale nel mondo del foodservice, alle prese con la crescente difficoltà a reperire figure professionali da inserire in organico

di M.L.Andreis

In una fase come questa caratterizzata dalla difficoltà di reperimento delle risorse umane nel mondo della ristorazione, già duramente colpita dalla pandemia e ora dall'inflazione e dalla difficoltà di reperimento delle materie prime, l'importanza della formazione del personale è sempre più una questione fondamentale per il mondo del foodservice.

Lo dimostra il recente Protocollo d'Intesa tra **FIC** e **FIPE-Con-**

fcommercio per rafforzare le competenze degli operatori e rilanciare azioni e politiche per il settore. Sottoscritto da **Rocco Pozzulo**, presidente della Federazione Italiana Cuochi, e da **Lino Enrico Stoppani**, presidente della Federazione dei Pubblici Esercizi, l'obiettivo del documento si riassume in due parole: formazione e promozione; il modo per realizzarlo si sintetizza invece in una sola: collaborazione.

Le due federazioni uniscono dunque le forze nel mondo della ristorazione per lavorare sul rafforzamento delle professionalità e delle competenze e, dall'altra parte, impegnarsi sul fronte della promozione e della difesa della cultura enogastronomica italiana, dalla partecipazione a competizioni internazionali di rilievo del settore al contrasto del fenomeno dell'italian sounding. L'Italia, infatti, pur potendo

contare su una quantità e qualità senza eguali nella cultura alimentare, sia all'interno delle cucine che dal punto di vista dell'accoglienza, è ancora molto indietro rispetto ad altri Paesi concorrenti nella promozione dell'enogastronomia e vive una penalizzante scarsità nel rinnovamento delle professionalità, esplosa in questo periodo storico.

Il ruolo centrale della formazione è dunque sotto gli occhi

di tutti e in cima alle priorità dei marchi di ristorazione sviluppati a catena. Vediamo in che modo alcuni di essi affrontano questo delicato tema.

Alice Pizza e il "sapere artigianale"

Con un fatturato globale di 100 milioni di euro grazie a 180 location attive, di cui 104 in franchising e le altre in conduzione diretta, che danno lavoro a oltre 2.000 persone, **Alice Pizza** è stata antesignana nel dare talmente importanza alla formazione dei suoi addetti da creare una apposita Academy interna.

menta di questo progetto c'è quindi una formazione comune e un luogo in cui condividere il sapere".

Detto, fatto, ecco spiegata la ratio alla base della creazione non di una ma due sedi, con spazi ad hoc dedicati all'Accademia Alice nelle città più significative per il brand: la prima, aperta nel 2013, si trova a Roma, città natale del brand; l'altra, a Milano, è stata inaugurata 7 anni dopo, e non a caso si trova nella città nella quale negli ultimi anni e nei prossimi mesi si è registrato e si avrà un forte sviluppo del marchio.

Ma cosa si fa all'Accademia di

Alice? "È qui che si svolge la prima fase della formazione degli aspiranti pizzaioli e pizzaiole", riprende il manager. "I partecipanti al corso hanno modo di imparare i segreti di un mestiere che si tramanda da quasi 30 anni e di cominciare a utilizzare tutti gli strumenti necessari per la preparazione degli impasti e della pizza. La seconda fase della formazione ha luogo direttamente in pizzeria e dura all'incirca 3 mesi. In questo modo, i futuri pizzaioli imparano sul campo a gestire tutte le fasi del ciclo produttivo, dall'impasto, alla farcitura, alla cottura. Al termine del periodo di formazione,

tutti i ragazzi e le ragazze che hanno frequentato l'Accademia e messo in pratica le loro capacità, possono cominciare a lavorare in autonomia, senza la supervisione di un pizzaiolo esperto".

Risultato: ad oggi le accademie Alice Pizza hanno formato circa 350 pizzaioli, il che ha permesso di mettere le basi di una crescita più solida.

E non è tutto: l'Accademia di Alice di Milano ha aperto per la prima volta le sue porte non solo agli aspiranti pizzaioli professionisti, ma anche a tutti gli amanti della pizza desiderosi di imparare a preparare la pizza al taglio: a partire dal mese



All'amministratore delegato del format **Claudio Baitelli** abbiamo chiesto di raccontarci la sua nascita, la sua evoluzione e la sua... missione. "La vera unicità del progetto Alice", esordisce, "consiste nel generare un sistema ripetibile basato sulla trasmissione e la condivisione di uno stesso 'sapere artigiano'. A differenza di altre realtà infatti, in cui il prodotto è standardizzato perché realizzato a livello centrale e poi smistato nei singoli punti vendita, la pizza di Alice viene preparata, impastata, farcita e cotta ogni giorno in ogni pizzeria dalle mani di un pizzaiolo o di una pizzaiola. Alle fonda-



CLAUDIO BAITELLI,
ceo Alice Pizza

di ottobre 2020, nella sede di corso Buenos Aires sono in programma due appuntamenti settimanali, sotto la guida dei maestri pizzaioli di Alice. I momenti sono gratuiti e dedicati a conoscere meglio il mondo Alice e il mondo della pizza al taglio. Il corso dura 2 ore ed è accessibile tramite prenotazione. Al termine del corso. Inoltre, è possibile riservare lo spazio per eventi privati come team building per aziende sempre con il supporto dei maestri pizzaioli che potranno intrattenere gli ospiti e così offrire loro un'esperienza unica. L'importanza delle maestranze nel progetto

Alice Pizza si è anche manifestato durante i momenti più bui della emergenza sanitaria: "Durante tutto il periodo della pandemia", sottolinea Baitelli, "la comunicazione interna ci ha permesso di sviluppare un clima di fiducia per affrontare il periodo difficile che stavamo attraversando. Oltre a questo abbiamo intrapreso azioni concrete a supporto dei dipendenti come l'anticipazione del 100% della cassa integrazione nei periodi di chiusura. Inoltre, sono stati distribuiti buoni spesa a tutta la rete per offrire un ulteriore sostegno come segno di ringraziamento dell'impegno profuso durante tutto il periodo. Oltre a questo abbiamo sviluppato un programma welfare che coinvolge tutta la rete, store manager, pizzaioli e banchisti".

Inevitabile una domanda sulla difficoltà attuale a reperire collaboratori, specie nella ristorazione. Difficoltà oggettive le



cui "motivazioni possono essere molte", dice il ceo. "Sicuramente il settore della ristorazione negli ultimi due anni è risultato quello più colpito dalle restrizioni e questo ha portato molte persone a considerarlo meno stabile e così a cercare lavoro in altri mercati. A ciò si lega il maggior desiderio di equilibrio tra la vita

lavorativa e quella personale in termini di orari e tempo libero, mentre nella ristorazione si lavora la sera e il weekend. Possiamo dire che il nostro mondo ha perso il suo appeal principalmente per quelle figure non specializzate come personale di sala.

Insieme, legislatori e operatori della ristorazione possiamo

lavorare per rendere più attrattivo il mercato in termini di acquisizione e mantenimento personale. Gli operatori del settore, dal canto loro, devono mettere al centro la persona e sviluppare piani di crescita e sviluppo delle competenze affiancando un ambiente positivo, di accoglienza e ascolto. Ma spetta al legislatore

IL GUSTO È UN VIAGGIO MERAVIGLIOSO

Aggiungi il gusto del viaggio al tuo gelato e alle tue bibite con le coppe e bicchieri della linea City.

La linea di coppette e bicchieri da bibita fredda e calda dal design originale Ice & City, Drinks & City, Hot & City Medac riproduce alcune delle più affascinanti città del mondo: da Napoli a Londra, da Sidney a Berlino, da Parigi a Barcellona. Elegante e sostenibile, rappresenta tutta l'attenzione dell'azienda salernitana alla tutela dell'ambiente. Le coppe e i bicchieri, infatti, sono completamente riciclabili nella raccolta differenziata della carta, sono pensati per essere il compagno di viaggio ideale con cui esplorare gli angoli più suggestivi del pianeta e scoprire a fondo il gusto di ogni gelato e bevanda.

Punta lo smartphone sul QR code per info sull'etichettatura ambientale.



Medac S.r.l. - Via R. Wenner, 52 - 84131 Salerno - Italy - Tel. +39 089.301.466 - Fax +39 089.302.069



www.medac.it - @ info@medac.it - medapp - medacsrl - medac s.r.l.

ToppKing
iDessert

L'eccellenza del Dessert in tempo Zero!



Risparmia in tempi
di preparazione
e conservazione

‘apri, porzioni, decori e servi!’

Inquadra il QrCode per scoprire
i prodotti e le Ricette d'Autore!



Pronti da servire

Da preparare



Budino al Cioccolato

Panna Cotta

Budino al Caffè

Crème Caramel

Preparazione
a caldo:
portare a
ebollizione



Crema Catalana

Crema al Mascarpone

Preparazione
a freddo:
per una
crema perfetta



General Fruit S.r.l.

Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG) ITALY - Tel +39 035 927030
info@generalfruit.com - www.generalfruit.com - General Fruit Srl
General Fruit Srl - Naturera Polot 1882 - naturerapolot1882



OFFICIAL SPONSOR

2021/22

sviluppare dei piani strutturati per dare sostegno alle aziende della ristorazione, uno dei mercati che può offrire un numero elevato di posti di lavoro. Alcune azioni potrebbero essere incentivi economici all'assunzione o la riduzione di tasse legate a determinate tipologie di contratto. A questo affiancare delle agevolazioni su programmi di formazione e welfare".

Burger King tra on the job e e-learning

Sono 232 i ristoranti **Burger King** aperti lungo lo Stivale, il 70% in franchising. Con una media di 20 collaboratori per

l'istituzione di 10 locali scuola lungo tutto il territorio nazionale, scelti in posizioni strategiche al fine di supportare le nuove aperture: "Il training on the job viene seguito quotidianamente dal direttore del punto vendita scuola o da un assistant manager designato ed una volta la settimana il manager in training svolge un intero turno in affiancamento a uno dei 2 Field Trainer che girano per i 10 ristoranti scuola. Al termine di questa giornata di affiancamento viene compilata un check list e dato un feedback al trainee da parte del field in modo da evidenziare punti di miglioramento o di debolezza. Il training on the job dura 2 mesi".

ne del personale". Per quanto riguarda invece le crew, sia dei ristoranti di proprietà che dei franchisee, BK fa leva su una moderna piattaforma WEB – BK University – dove sono disponibili diversi corsi e a supporto di ogni attività del ristorante (lavaggio mani, sicurezza alimentare, sistema conservazione prodotti sino ad arrivare alla certificazione sulla gestione del turno per i mng). I video seguono il metodo del game learning. In sintesi, "la formazione tradizionale on the job, che rimane ancora fondamentale in questo settore, in BK si sposa oggi ai più evoluti sistemi digitali di e-learning, in linea con la giovanissima età

3 ai 4 mesi. "È durante questi mesi che vengono trasmesse le competenze necessarie per poter svolgere in autonomia tutte le attività relative alla gestione del punto vendita, dalla pulizia e preparazione del cibo alle attività legate alla sicurezza alimentare". Peraltro, il supporto fornito per la formazione non termina dopo i 3 mesi ma è continuo, con nuovi corsi e esami sulla piattaforma e-learning e visite periodiche di supporto sul ristorante. Infine, nel corso della pandemia è stato inaugurato un nuovo percorso di formazione tramite dei cosiddetti corsi monografici, ovvero dei training verticali su tematiche precise.



punto vendita, nel complesso il colosso del fast food dà lavoro in Italia a 4.500 persone, che aumenteranno grazie alle 30 opening in programma quest'anno. Ebbene, lo scorso anno il colosso del whopper, come ci dicono da quartier generale italiano, ha formato 87 nuovi manager (pari a 27.840 ore di formazione erogata), e nel 2022 si prevede di formarne circa altri 100 manager (pari più o meno a 32.000 ore di formazione).

Il progetto BK Academy si è evoluto in ottica di maggior capillarità territoriale e modernità in diversi modi. Intanto con

A ciò si somma la definizione di una piattaforma di training fruibile anche tramite una moderna APP dedicata, "all'interno della quale tutti i nostri manager consultano materiali formativi di diverso genere. I materiali formativi riguardano: Processo di apertura, Procedure sanificazione, Pianificazione pulizie, Nuova User Experience APP BK, gestione del turno, Gestione Canale Home Delivery, Approfondimenti BK Café, Procedure amministrative (gestione presenze, assunzioni, ordini ecc.), Pocket guide HR & Training con tutti i basics operations e di gestio-

dei nostri dipendenti in larga parte appartenenti alla generazione Z (età media 26anni)". Per quanto riguarda poi nello specifico gli affiliati, il processo nel quale sono coinvolti ha lo scopo di trasferire le procedure e gli elevati standard del marchio. I training vengono svolti in ristoranti scuola, certificati per la formazione, in maniera gratuita, avvalendosi di una moderna piattaforma e-learning dedicata, con corsi di circa 40 ore e relativi test per ogni sessione. In aggiunta alla formazione e-learning, viene svolto un training on the job che ha una durata che va dai

Il sistema integrato de La Piadineria

Fondata nel 1994, **La Piadineria** è la più estesa catena fast casual food del mercato italiano: oggi conta più di 310 punti vendita collocati nelle più importanti città italiane e 8 sul territorio francese. Acquisita nel 2018 da **Permira**, società d'investimento attiva a livello globale, nel 2020 e nel 2021, nonostante tutte le difficoltà e le incognite del periodo, ha aperto aperti rispettivamente 25 e 48 nuovi locali, e nel 2022 sono in programma altre 50 opening.

Il progetto dell'Academy de La Piadineria prende forma concretamente a partire dal 2019, con la consapevolezza che la formazione è un asset assolutamente strategico per lo sviluppo dell'azienda e il mantenimento del suo vantaggio competitivo sul mercato. L'area si struttura come una vera e propria business unit con un team e un budget dedicato. Gli obiettivi sono molteplici, come ci racconta **Donato Romano**, ceo del Gruppo: "Sistematizzare e rendere velocemente trasmissibile tutto l'insieme delle procedure legate alla preparazione del prodotto, che mantiene molte

tatto con il pubblico all'interno di un team di persone; supportare la rapida crescita dell'azienda, il cui piano di sviluppo prevede l'apertura di oltre 50 nuovi ristoranti ogni anno e la formazione di 300 nuove risorse; individuare e sistematizzare percorsi di carriera all'interno dell'azienda, per sviluppare una formazione continua oltre a quella in ingresso all'azienda; favorire e stimolare l'innovazione di prodotto e di processo".

In linea con la mission de La Piadineria, il campus si articola attorno a 6 aree tematiche: formazione obbligatoria; formazione operativa; compe-

tenze gestionali; formazione commerciale e orientamento alla vendita; miglioramento personale e valorizzazione delle soft skills; cultura aziendale e senso di appartenenza. "È inclusa naturalmente la formazione obbligatoria in termini di sicurezza sul lavoro e sicurezza alimentare, corsi che vengono erogati con il supporto di enti esterni oppure con docenti interni nel caso della sicurezza alimentare, visto che l'azienda opera nel campo della ristorazione", riprende il manager. Che poi puntualizza: "Nel caso della formazione HACCP la messa a punto e l'erogazione dei contenuti da parte del di-

partimento interno di qualità risulta molto più efficace perché la formazione non assolve solo ad un obbligo di legge ma è perfettamente aderente alle esigenze operative dell'azienda. Un focus importantissimo è infatti su tutte le procedure di preparazione del prodotto. Il format La Piadineria prevede che ogni piadina venga stesa, farcita e cotta al momento sotto agli occhi del cliente.

Questo significa che, sono previste tutta una serie di attività manuali molto più vicine a quelle della ristorazione tradizionale che a quelle del fast food. Si tratta operazioni che vanno eseguite con pre-



caratteristiche artigianali, visto che il format prevede la preparazione espressa di ogni piadina, secondo la richiesta del cliente; favorire e alimentare costantemente il senso di appartenenza all'azienda e l'adesione ai suoi valori in una rete di piccole unità diffuse su tutto il territorio nazionale; costruire e valorizzare le caratteristiche di un nuovo tipo di professionalità più completa, quella dell'addetto alla ristorazione commerciale, che richiede un set di competenze articolato, che va dalla manipolazione degli alimenti, alla gestione del locale, a tutte le soft skill necessarie per lavorare a con-



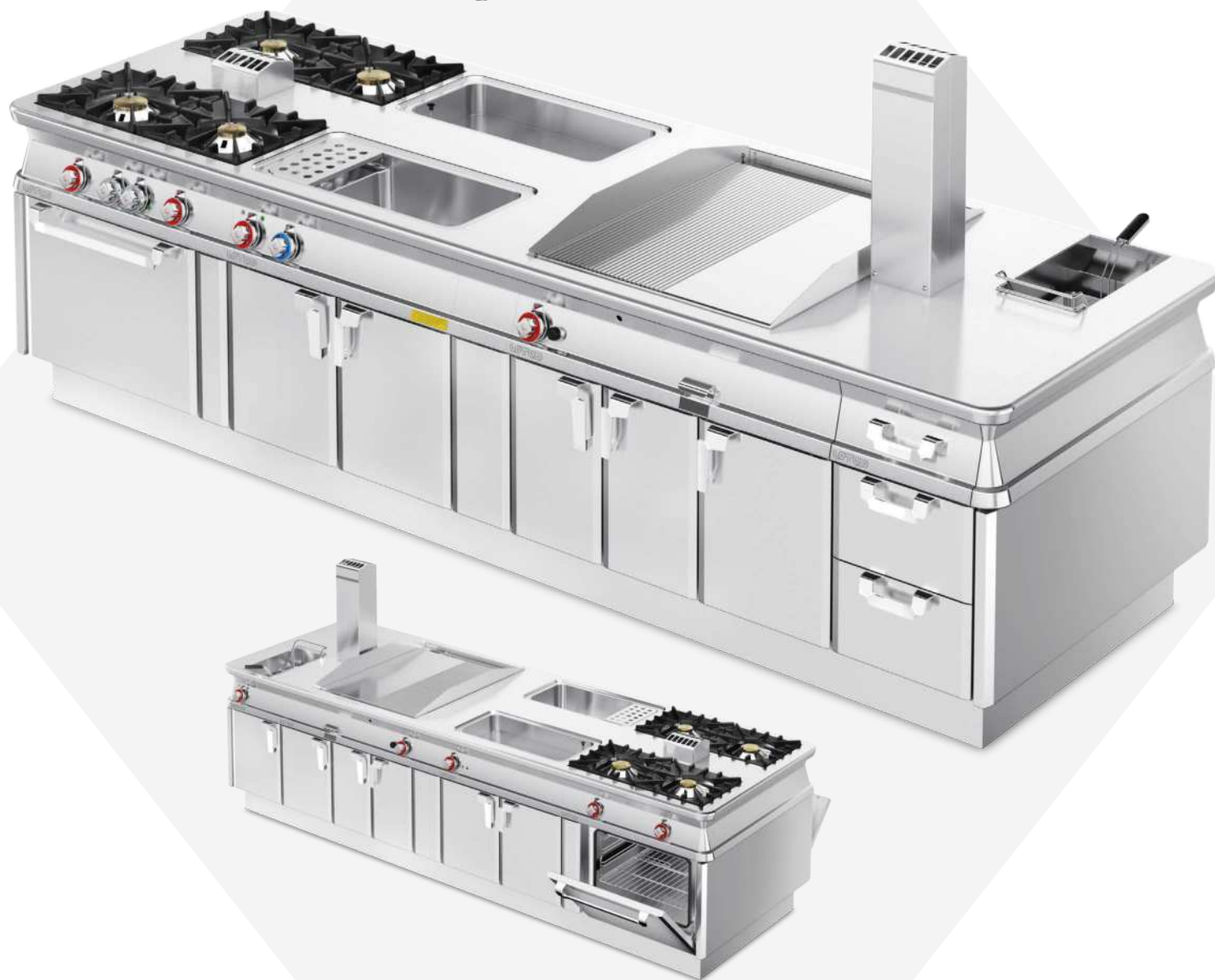
DONATO ROMANO,
CEO La Piadineria

cisione e competenza: dalla giusta cottura dell'impasto al del taglio dei salumi, fino alla corretta gestione di tutti gli ingredienti, che sono perlopiù freschi o freschissimi e quindi piuttosto delicati".

Lavorare per un'azienda della ristorazione commerciale che ha oltre 300 punti vendita in Italia, serie di competenze gestionali di tenuta del punto vendita che vanno dalle operazioni di cassa, alla gestione efficiente dei turni del team, al monitoraggio del food cost. I corsi di quest'area sono elaborati con il supporto dei vari dipartimenti interni: "Per chi lavora a contatto con il pub-

Steel Italian Tailoring®

2WAYSLOTUS

Cucina Spettacolare!**NOVITÀ LOTUS: 2WAYSLOTUS**

La cucina diventa **"passante"** per vivere due volte lo spazio a disposizione sopra e sotto. Per ottenere doppie prestazioni utilizzando da ambo i lati le attrezzature. Piano superiore da **110** cm di profondità, molteplici combinazioni di attrezzature per adeguarsi alle prestazioni attese.



ITALIAN CULINARY ART

BUY LOTUS BUY **ITALY**

LOTUS SpA - Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV) - ITALY - T +39 0438 778020 - lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it

ENJOY LOTUS VIDEO!
You Tube Lotuscookers

blico e opera in un gruppo di persone le soft skills sono tanto importanti quanto le hard skills. Fondamentale è quindi anche la formazione commerciale per sviluppare il più possibile l'orientamento al cliente e l'attitudine alla vendita. Nella ristorazione veloce è quindi necessario 'essere efficaci in 90 secondi'. Per questo abbiamo sviluppato una serie di unità formative specifiche, per consentire agli operatori di essere al servizio del cliente in tutte le fasi dell'accoglienza e della permanenza del locale", aggiunge Romano.

delle ambasciatrici dei valori, dipendenti che si distinguono in uno o più valori (la preparazione delle piadine, la vendita al cliente, l'attenzione e la precisione nella tenuta del punto vendita). Non è solo una carica onorifica, ma comporta un ruolo attivo nella vita e nelle decisioni dell'azienda: spesso gli Ambassador vengono chiamati ad esprimere le proprie idee o a testare nuovi prodotti o servizi".

La Piadineria ha inoltre un proprio social network interno, cui accedono tutti i dipendenti della sede centrale e tutti

li è in target con l'età media dei dipendenti (28 anni), che apprezzano di poter usufruire della formazione o di accedere alle notizie in mobilità tramite smartphone.

Lanciato ufficialmente a settembre 2021, ecco qualche dato degli ultimi 6 mesi di attività di e-learning: 1.610 utenti attivi, con un tasso di partecipazione +95% e un tasso di completamento corsi +91%, per un totale di oltre 3.600 ore di formazione erogate. Per quanto riguarda le attività d'aula, nel 2021 sono state formate 300 risorse per un to-

un ulteriore slancio all'attività formativa dell'azienda. L'auditorium ci permetterà di organizzare eventi e conferenze e valorizzare la circolazione delle idee. Il campus sarà anche un laboratorio di innovazione permanente, in tema di prodotto, con la sperimentazione di nuovi ingredienti e ricette e in tema di processo, per migliorare e rendere sempre più competitivo il nostro format".

Cigierre, dipendenti autonomi e sicuri

L'Academy di **Cigierre**, big



Più delicato ma sempre più strategico è lo sviluppo di competenze personali e relazionali: questo tipo di competenze vengono sviluppate con l'aiuto di un professionista dedicato, che funge anche da supporto con sessioni di tutoring. Non solo: La Piadineria alimenta il senso di appartenenza e l'adesione ai valori aziendali, premiando e valorizzando i talenti e la capacità di essere d'esempio per gli altri componenti della squadra. Un buon esempio di questa attività è il programma dedicato ai "Brand ambassador": "Dal 2020 periodicamente vengono nominati degli ambasciatori e

gli store manager i vice store manager dei ristoranti e su cui vengono pubblicate tutte le principali notizie e novità dell'azienda. Questo spazio virtuale, oltre a mantenere tutti aggiornati, favorisce il senso di appartenenza.

L'Academy de La Piadineria è un sistema completamente integrato che prevede delle attività di formazione in presenza e online che si potenziano reciprocamente e consentono alla nuova risorsa di inserirsi velocemente ed efficacemente e a tutto lo staff di essere aggiornato su tutte le iniziative e le attività dell'azienda.

L'utilizzo di strumenti digita-

le di 170 ore di formazione erogate. I corsi sono ripartiti in presenza da febbraio con l'obiettivo di allineare tutti i nuovi inserimenti e, a oggi, sono state già in aula 150 persone per un totale di 80 ore di formazione. Infine, nella primavera di quest'anno verrà inaugurato Il Campus de La Piadina, accanto al quartier generale dell'azienda che si trova a Montirone, alle porte di Brescia.

"Il campus sarà la casa dell'Academy e disporrà un auditorium in grado accogliere fino a 150 persone e 12 camere per ospitare 24 collaboratori. Questo progetto darà una casa all'Academy, e fornirà

del foodservice italiano con centinaia di locali con i marchi **Old Wild West, Wiener Haus, Shi's, Pizzikotto, America Graffiti**, nasce nel 2015, con l'obiettivo di mettere a sistema strumenti e competenze per formare i suoi collaboratori.

Dopo aver maturato una grande esperienza nell'ambito della ristorazione nazionale e internazionale, infatti, "abbiamo sentito in quegli anni la necessità di creare una struttura capace di condividere il know-how sviluppato dall'azienda nel corso del tempo e di mettere a disposizione dei nostri dipendenti quel bagaglio di conoscenze che ha determi-

nato il successo dei nostri format", esordisce **Daniele Marotta**, direttore Risorse Umane e Organizzazione della Compagnia Generale di Ristorazione. "Abbiamo creato un'organizzazione in grado di fornire a tutti i nostri collaboratori i mezzi per essere competenti e indipendenti nel proprio ruolo, e, al contempo, in grado di creare un senso di appartenenza ed empatia tra di loro, per renderli coscienti di essere parte di un progetto più ampio e di una comunità che lavora a un obiettivo comune".

Se nella sede di Tavagnacco (Udine) sono operative aule dedicate alla formazione, il grosso dell'apprendimento del personale avviene sul campo: nei ristoranti scuola, strutture concepite ad hoc per attività di formazione e condivisione delle procedure, e nei ristoranti tradizionali. "Quello che proviamo a fare sempre di più, però, è di spostare anche i tradizionali momenti di formazione 'da aula' all'interno dei ristoranti. Non soltanto perché alcuni di essi sono strutture abbastanza capienti da permettere questo tipo di attività, ma anche perché ci piace restare vicini al nostro business, rimanendo sempre a contatto con esso; qualcosa che crediamo possa fare la differenza anche a livello formativo".

Ma quali sono le attività svolte nell'Accademia? Ce lo spiega Marotta: "La principale attività è quella di insegnare ai nostri dipendenti le tecniche indispensabili per sentirsi autonomi e sicuri nello svolgimento delle proprie mansioni. Per questo prevediamo attività di formazione a tutti i livelli, che coinvolgono dal manager fino al personale di sala. I manager, per esempio, effettuano oltre ai corsi sulle attività operative anche dei seminari sulla leadership, sulle tecniche di vendita, sul servizio e sulla gestione del personale. Mentre i nostri collaboratori di sala

e cucina si dedicano ad apprendere nozioni più pratiche, ciascuno in base alle proprie mansioni.

All'interno dell'azienda, infatti, ciascun dipendente svolge un ruolo fondamentale. E i corsi di formazione sono concepiti proprio con l'obiettivo di rendere tutte le risorse di Cigierre ben consapevoli di queste responsabilità, maturando autonomia e consapevolezza.

Qualità che, una volta assimilate, si traducono in fiducia: la sicurezza di ciascun dipendente nel sapere che il collega al suo fianco farà la cosa giusta al momento giusto permettendogli di lavorare bene e in tranquillità, infatti, non ha prezzo".

Anche per un colosso della ristorazione come Cigierre ultimamente è stato più complicato trovare personale da impiegare nei ristoranti: "Un problema da attribuire innanzitutto alla pandemia, che ha cambiato il mercato del lavoro nel nostro settore, favorendo un travaso di personale all'interno di altri comparti. La nuova situazione però non ci ha scoraggiati e ci ha spinti a trovare nuove soluzioni, con l'obiettivo di fornire alle nuove leve le competenze necessarie a essere autonome e competenti nel proprio ruolo rapidamente. La nostra finalità rimane quella di sempre: fare innamorare i nostri collaboratori di questo settore e di questo mestiere".

Il manager sottolinea poi che, essendo la formazione alla base della soddisfazione dei collaboratori dell'azienda, anche nel bel mezzo della pandemia Cigierre ha investito nella loro crescita e nel loro sviluppo professionale. "Ci siamo quindi reinventati con soluzioni da remoto, digitalizzando il know how aziendale e portandolo all'interno di una web app da mettere a disposizione di tutti i dipendenti. Ora, questo strumento ideato



durante la pandemia e poi integrato e migliorato nei tempi successivi, è diventato un altro valido strumento per i nostri collaboratori, cosicché in tempo reale e dal proprio telefono possano controllare la preparazione di un prodotto oppure verificare come avviene l'accoglienza del cliente".

Abbiamo infine chiesto a Marotta come il legislatore dovrebbe operare per incentivare i lavoratori verso il settore della ristorazione.

Ecco, per finire, la sua opinione: "Un grande vantaggio sarebbe quello di avere formule contrattuali più idonee a inserire nuove figure professionali nel nostro settore. A questo proposito esiste, per esempio, il contratto di apprendistato, che però presenta numerosi vincoli (di durata, di età ecc.) e che risulta per sua natura

escludente nei confronti di molte categorie. Altro tema rilevante è quello del tempo di prova: estendere la durata del periodo di prova permetterebbe alle imprese di aumentare il periodo di formazione, dando occasione sia al dipendente sia all'azienda di valutarci a vicenda, con il vantaggio di poter formalizzare sin da subito un contratto di più lunga durata.

Siamo infatti convinti che un diverso tipo di approccio a questo aspetto del mestiere permetterebbe di aumentare i contratti a tempo indeterminato, generando non soltanto più fiducia e motivazione nei collaboratori, ma anche dando loro la possibilità di ottenere più agevolmente mutui o finanziamenti e di accedere alle casse sanitarie integrative previste dai contratti di settore".



DANIELE MAROTTA,
direttore Risorse Umane e Organizzazione Cigierre

WHAT IS AVAXHOME?

AVAXHOME-

the biggest Internet portal,
providing you various content:
brand new books, trending movies,
fresh magazines, hot games,
recent software, latest music releases.

Unlimited satisfaction one low price

Cheap constant access to piping hot media

Protect your downloadings from Big brother

Safer, than torrent-trackers

18 years of seamless operation and our users' satisfaction

All languages

Brand new content

One site



AVXLIVE ICU

AvaxHome - Your End Place

We have everything for all of your needs. Just open <https://avxlive.icu>

NUTRIAMO IL FUTURO, INSIEME.



Il primo passo per realizzare il futuro è immaginarlo.

Siamo una delle maggiori imprese italiane nella ristorazione collettiva, commerciale e nei servizi di welfare.

Il cibo è la nostra passione più vera. Ci impegniamo da sempre a nutrire tutte le comunità e i territori a cui ci rivolgiamo, con idee e soluzioni per garantire uno stile di vita sano e un futuro più sostenibile.

Continuiamo a farlo insieme.
www.cirfood.com


CIRFOOD
Feed the future



Una storia **a lieto fine**

C'erano una volta tre Comuni lombardi che, unendo le forze, hanno innalzato la qualità dei propri servizi di ristorazione

di C. Giannone e Gian Mario Longoni

Quella che stiamo per raccontarvi è un'esperienza molto interessante che riguarda l'appalto di ristorazione di tre Comuni della Lombardia: Vimodrone, Cassina de' Pecchi e Rodano. Facciamo un passo indietro. I tre comuni in questione fino a dicembre dello scorso anno, gestivano ognuno per proprio conto il servizio di ristorazione scolastica affidandolo ad aziende diverse. All'avvicinarsi della scadenza dei relativi contratti le amministrazioni dei tre Comuni geograficamente poco

distanti l'uno dall'altro, decisero di gestire insieme la futura gara.

Per meglio inquadrare la case history, va detto che ogni ente è dotato di una propria cucina che nel caso di Vimodrone veniva usata, per questioni di adeguatezza igienica, solo come terminale attrezzato; i pasti in questo caso provenivano da un centro cottura situato più o meno a 20 chilometri di distanza. Per avere poi un'idea della dimensione dell'utenza vi diciamo che il numero dei pasti erogati giornalmente



PREZZI A CONFRONTO

COMUNE	Utenza	Prezzo precedente gara €	Quota ammortamento per lavori e attrezzatura prescrittivi gara 2022	Prezzo aggiudicazione al netto ammortamento Euro
Vimodrone	scolastica	4,340	0,221	4,299
Vimodrone	anziani	6,142	0,316	6,145
Cassina de Pecchi	scolastica	4,680	=	4,414
Rodano	scolastica	4,407	=	3,976

dai tre comuni nel loro insieme è di 2.700 unità così suddivise: Vimodrone 1.100, Cassina dei Pecchi 850 e Rodano 320).

Ogni azienda di ristorazione utilizzata dai tre comuni oltre ai cuochi e agli aiuto cuochi, nel proprio organico aveva un direttore, una dietista, un responsabile della sicurezza nei luoghi di lavoro, un responsabile dell'autocontrollo e utilizzava per le derrate fornitori propri che non sempre erano gli stessi.

Una scelta razionale

La scelta dei tre Comuni di gestire insieme l'appalto nasceva soprattutto dall'esigenza di razionalizzare i tempi della gara. Pertanto, si è scelto di procedere all'acquisizione del servizio mediante una procedura ag-

gregata, con l'utilizzo dello strumento dell'accordo quadro ai sensi dell'articolo 54 comma 3 del D.lgs. n. 50/2016, inerente il servizio dei Comuni di Vimodrone, Cassina de Pecchi e Rodano, individuando come Responsabile unico del procedimento per l'intera acquisizione il Responsabile del Settore Servizi alla persona del Comune di Vimodrone e concordando che la procedura di gara sarebbe stata gestita in associazione in linea con quanto previsto dall'articolo 37 comma 4 lettera b) del D.lgs. n. 50/2016. Successivamente il RUP resosi conto della complessità dell'appalto e non avendo all'interno dei tre comuni le competenze necessarie per la predisposizione degli atti necessari per poter espletare la gara, presero la decisio-

ne di affidare ad una società di consulenza con un'ampia esperienza nel settore della ristorazione collettiva, il compito di collaborare alla stesura degli atti di gara tra cui, il progetto per la riattivazione della cucina di Vimodrone per consentirne l'impiego per la produzione dei pasti. La società incaricata dopo un'indagine preliminare e acquisiti gli elementi costitutivi di ogni singolo comune, suggerì di non suddividere in tre lotti l'appalto, com'era nelle prime intenzioni bensì di procedere con un unico lotto individuando in questa soluzione una serie di benefici che vedremo in dettaglio fra poco e che nel loro insieme avrebbero portato a una maggiore omogeneità e uniformità del servizio erogato, con un potenziale incremento della qualità del servizio grazie ad economie di scala in grado di contenere i costi complessivi a carico dei singoli Comuni.

La soluzione gestionale suggerita avrebbe consentito il conseguimento di:

- a) Una gestione maggiormente efficiente attraverso la connessione funzionale di più servizi quali: la direzione del Servizio; il controllo qualità, il servizio dietetico, la gestione delle emergenze, la rotazione del personale la gestione della sicurezza nei luoghi di lavoro;
- b) Accrescere l'interesse e la competitività da parte di po-

tenziali partecipanti, con l'aspettativa di acquisire prezzi maggiormente vantaggiosi per i Comuni associati;

- c) Garantire anche ai servizi aventi un ridotto numero di utenti di raggiungere standard qualitativi elevati;
- d) Ridurre le percorrenze chilometriche per effetto della diminuzione dei fornitori dell'Azienda di ristorazione.
- e) Efficientare la risoluzione di eventuali emergenze, quali momentanei malfunzionamenti di una cucina, sostituzione di personale in caso di assenze improvvise etc..

Le amministrazioni in causa, considerati i benefici che la scelta di un appalto unico avrebbe comportato, sposarono la proposta e decisero di andare in quella direzione. Definirono gli obiettivi da raggiungere con il servizio di ristorazione tra cui quello di assicurare agli alunni della scuola dell'infanzia, della primaria e della secondaria di primo grado la partecipazione all'attività scolastica per l'intera giornata, contribuendo alla realizzazione del diritto allo studio.

Un altro obiettivo da perseguire era quello di ottenere una gestione dei servizi e delle strutture che puntasse all'efficienza e all'efficacia, capace di garantire in ogni momento e con sempre maggior intensità la realizzazione della finalità cui il servizio pubblico di ristorazione scolastica è deputato,





TrinityPro Compatto e flessibile

Tagliaverdure, cutter mixer e combinati
cutter/tagliaverdure.

Ergonomia e sicurezza per affettare e
mescolare in modo eccezionale, superando
ogni aspettativa.



Experience the Excellence
electroluxprofessional.com

Seguici su:



ElectroluxProfessionalIT



ElectroluxProIT

OFFRIAMO SERVIZI DI:

- ✓ Progettazione specialistica di strutture per la produzione e consumo dei pasti
 - ✓ Studio di fattibilità tecnica ed economica
 - ✓ Progettazione definitiva ed esecutiva
 - ✓ Progettazione prevenzione incendi
 - ✓ Coordinamento della sicurezza in fase di progettazione ed esecuzione
 - ✓ Direzione lavori
 - ✓ Certificazione prevenzione incendi
 - ✓ Consulenza nel settore della ristorazione e delle pulizie
-
- ✓ Assistenza al responsabile unico del procedimento per la predisposizione degli atti di gara per servizi di ristorazione e pulizia.
 - ✓ Assistenza al direttore del servizio per la verifica di conformità dei servizi di ristorazione e pulizia.
 - ✓ Analisi economiche per la verifica di congruità delle offerte economiche nelle gare di ristorazione e pulizia.

supportato da un sistema di controllo di qualità e quantità delle prestazioni rese, finalizzato al miglioramento costante dei risultati e a garantire da un elevato standard di soddisfazione degli utenti e dall'altro un contenimento dei costi. Nella stesura dei documenti di gara il gruppo di lavoro incaricato di redigere gli atti ha tenuto presente le seguenti norme: (D.Lgs. 20 aprile 2016 n. 50 art. 30 comma 1, Art. 34, art.95, art.144), secondo i principi del Piano d'Azione Nazionale per il Green Public Procurement di cui al Decreto Interministeria-



li a filiera corta. La modalità di attribuzione dei punteggi dei singoli criteri prevedeva l'impiego di formule matematiche riducendo così al minimo la discrezionalità della commissione di gara. Rispetto a ciascuna soluzione migliorativa offerta, nel disciplinare di gara era previsto che la Commissione esprimesse la propria valutazione che poteva essere di accoglimento, accoglimento parziale e di non accoglimento. Nel dettaglio dell'offerta inoltre era previsto che il concorrente indicasse il valore economico della singola migliorativa offerta inse-



le 10 Aprile 2013; alla Legge 8 novembre 2013 n.128; alla legge n.141/2015; alla legge n.166/2016; al D.L. 10 marzo 2020 (Criteri minimi ambientali); alla Legge 8 novembre 2013 n.128; al D.Lgs. 116/2020; alle Linee Guida ANAC n.2 Direttiva (UE) 2019/904; alle Linee di indirizzo nazionali per la ristorazione ospedaliera, assistenziale, scolastica del ministero della salute (G.U. 11/11/2021) e al DLgs 196 8 Novembre 2021. Il capitolato di gara è stato suddiviso in quattro sezioni:

una contenente gli aspetti comuni a tutte e tre le amministrazioni e tre sezioni contenenti le specificità del servizio richiesto per ognuno degli enti. Tra le parti comuni si annoverano le specifiche tecniche relative a: menu, tabelle dietetiche, derrate alimentari comprensive delle indicazioni dei criteri minimi ambientali, manutenzioni ordinarie, nonché le parti di natura amministrativa. Il valore dell'appalto fu stimato dal gruppo di lavoro attraverso un'istruttoria molto accurata ed è stato calco-

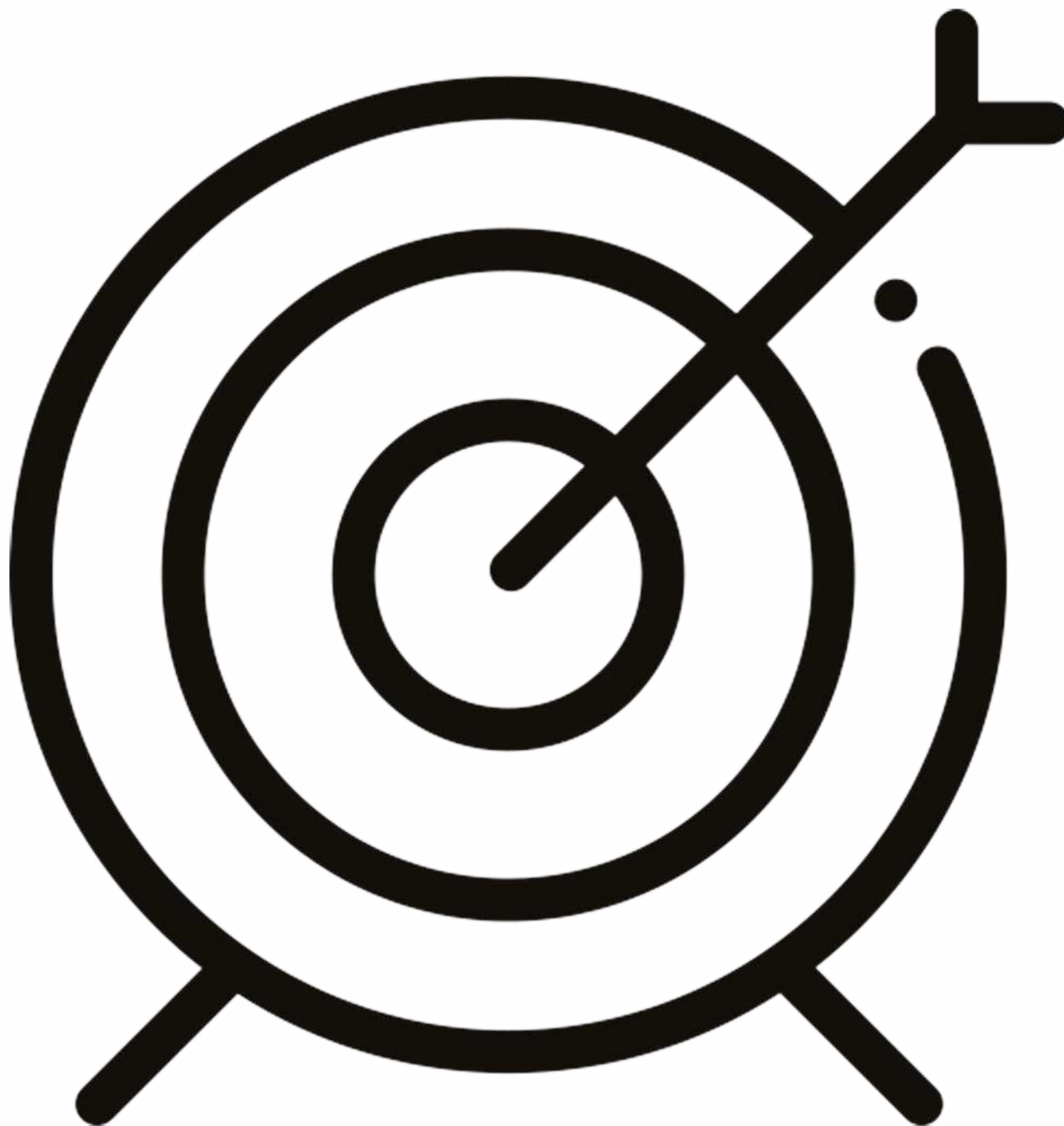
lato ogni singolo elemento di costo per la produzione di un pasto.

Il punteggio

Per quanto concerne il punteggio, il disciplinare di gara prevedeva di assegnare novanta punti alla qualità e dieci al prezzo. Tra i criteri di valutazione dell'offerta tecnica, erano previsti: l'organizzazione del servizio, il miglioramento delle percentuali di prodotti biologici, DOP, IGP, previsti dai CAM e la quantità di prodotti loca-

rendola nella "busta economica"; e veniva specificato che gli importi espressi dal concorrente per l'attuazione delle soluzioni migliorative non sarebbero stati soggetti a valutazione economica ai fini della determinazione complessiva dell'offerta economica presentata dal ma erano ritenuti necessari in quanto nel caso in cui la Commissione giudicatrice non avesse ritenuto coerenti all'oggetto del servizio, in toto o in parte, le soluzioni proposte, il valore economico della soluzione non ac-

**Informazione e networking:
la nostra forza è il target mirato**



Ristorando

retail TRAVEL RETAIL
SHOPPING CENTER
food

BARtù
Bar | Alberghi | Ristoranti

italiano
l'Orafo
Since 1916

**L'INDUSTRIA
DELLA GOMMA**



EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it - info@edifis.it

colta sarebbe stata restituita ai Comuni che l'avrebbe impiegata per acquisire altri servizi o beni, coerenti con le attività oggetto dell'affidamento. Questa previsione a nostro parere è importante in quanto i costi delle migliori proposte sono incluse nel prezzo offerto e il mancato rimborso costituirebbe un danno erariale per gli enti. A molte amministrazioni sfugge questo concetto.

Molto interessanti sono state le risultanze della gara sia sotto il profilo economico (come si evince dalla tabella n.1 a pag. 36) sia sotto il profilo qualitativo. In pratica si sono avverate le previsioni che erano state fatte al momento della scelta di procedere con un unico lotto. Per quanto riguarda le migliori non tutte sono state accolte dalla commissione perché mancanti di una documenta-

zione adeguata come previsto dal disciplinare di gara, o perché non ritenute utili ai fini del miglioramento del servizio. Tra quelle accolte particolarmente interessanti sono state le migliori della qualità delle derrate che hanno fatto registrare un incremento notevole dei prodotti DOP, e biologici e anche di alcuni prodotti locali a filiera corta (entro un raggio di 70 chilometri come previsto dal disciplinare). Alcune categorie di prodotti offerti provengono dall'agricoltura sociale. Alla luce di quanto esposto sin qui, appare chiaro che la scelta fatta dalle tre amministrazioni di gestire unitariamente il servizio pur salvaguardando le specifiche esigenze dei singole collettività oggetto del servizio è risultata vincente. Considerando che il numero complessivo dei

pasti dei tre Comuni per l'intera durata Contrattuale è di 1.157.160 il risparmio complessivo dovuto al minor prezzo rispetto alla gara precedente è di euro 261.000. Le altre ricadute positive riguardano il valore delle mi-

gliorie non accolte o accolte parzialmente che risulta pari a 323.000 euro, cifra che va detratta dal prezzo del pasto poiché l'aggiudicatario dovrà restituirla alle singole amministrazioni.



a proposito di App



Ristorando è anche su Appstore

www.edifis.it



WEBINAR
Intelligenza Artificiale

27 APRILE 2022

ISCRIVITI QUI



**Ciao,
Sono Sibyl**
La tua Assistente Virtuale
Come posso aiutarti?

Sibyl, la forma dell'intelligenza.

L'intelligenza artificiale è ovunque oggi nella nostra vita quotidiana, perché è in grado di percepire, comprendere e apprendere, alimentando la propria conoscenza, in modo simile all'uomo.

Ed è da qui che nasce Sibyl, l'Assistente Virtuale per i Comuni italiani, il sistema intelligente per comunicare con i Cittadini in modo semplice e diretto.

Si accede con SPID e CIE e Sibyl risponde da chatbot o telefonicamente ai quesiti dei Cittadini, con informazioni precise e dettagliate sui servizi offerti dal Comune.

Sibyl accompagna i cittadini 24 ore al giorno, da qualsiasi dispositivo, ogni giorno della settimana.





Attenti **agli zuccheri**

L'assunzione di zuccheri aggiunti e liberi in una dieta corretta dovrebbe essere la più bassa possibile. Lo dice l'Efsa, che ha esaminato oltre 30mila pubblicazioni sul tema

di Emilia Guberti

Lo scorso 28 febbraio l'Autorità europea per la sicurezza alimentare (Efsa) ha pubblicato il parere dei propri esperti sulla sicurezza degli zuccheri nell'alimentazione in relazione ai loro potenziali legami con problemi di salute.

Il parere nasce da una richiesta di Danimarca, Finlandia, Islanda, Norvegia e Svezia circa i potenziali rischi per la salute dei consumatori derivanti da una eccessiva di assunzione di zuccheri con l'alimentazione.

La valutazione condotta da un gruppo di scienziati esperti in nutrizione umana, ha passato al vaglio oltre 30mila pubblicazioni ed ha concluso che, in una dieta nutrizionalmente corretta, l'assunzione di zuccheri aggiunti e zuccheri liberi dovrebbe essere la più bassa possibile.

L'obiettivo originario del parere di Efsa era stabilire una soglia al di sotto della quale il consumo di zuccheri non provochi problemi di salute. Secondo quanto dichiarato dal professor **Dominique Turck**, a capo del

gruppo di esperti, le evidenze scientifiche non hanno consentito di fissare un livello massimo di assunzione tollerabile di zuccheri alimentari, al di sotto del quale il consumo non provochi problemi di salute.

Zuccheri e problemi di salute: ricerche future

Nella valutazione, l'Efsa precisa che il consumo di zucchero è una causa nota di carie dentali. Inoltre, le evidenze scientifiche



Solo per i lettori più esigenti...



...Ristorando va sempre al cuore delle cose



10 numeri per 1000 pagine all'anno di news e indagini di settore in Italia, Europa e nel mondo, ampi dossier sui principali segmenti di mercato, interviste ai protagonisti della ristorazione, analisi del quadro normativo e fiscale di riferimento, monitoraggio completo degli appalti della ristorazione collettiva, attività delle associazioni di categoria, il listino prezzi aggiornato dei prodotti biologici, il calendario delle principali fiere del settore e molto altro ancora.



EDIFIS

Per informazioni: Edifis Srl, Viale Coni Zugna, 71 – 20144 Milano –
Tel. 02 3451230 – fax 02 3451231 – e-mail: info@edifis.it - www.edifis.it

collegano con chiarezza il consumo di bevande zuccherate con varie malattie metaboliche croniche tra cui obesità, steatosi epatica non alcolica e diabete di tipo 2.

Restano elementi di incertezza sul rischio di malattie croniche per i soggetti il cui consumo di zuccheri aggiunti e liberi è inferiore al 10% dell'introito calorico totale, tale incertezza è collegata alla scarsità di studi in proposito.

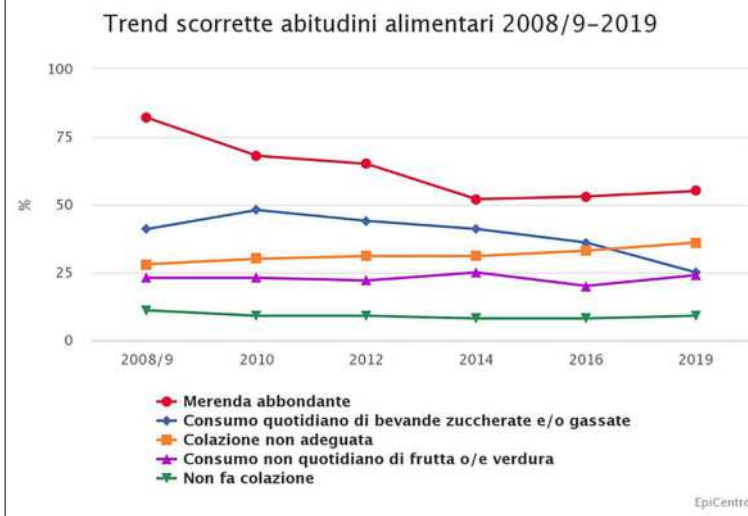
Il documento auspica che in futuro la ricerca si concentri sugli effetti correlati alla salute degli zuccheri nell'alimentazione e sull'impatto degli interventi clinici progettati per ridurre l'assunzione. Sottolinea, infine, la necessità di metodi validati per valutare gli apporti, una standardizzazione delle linee guida e definizioni per gli zuccheri alimentari e delle loro fonti.

Gli zuccheri nella dieta

Occorre ricordare che la dieta comprende diverse categorie di zuccheri, che possono essere presenti in natura o aggiunti. Gli "zuccheri aggiunti" sono zuccheri raffinati utilizzati nella preparazione dei cibi come lo zucchero da tavola. Gli "zuccheri liberi" includono sia quelli naturalmente presenti nel miele, negli sciroppi, nei succhi di frutta e verdura e nei succhi concentrati.

Gli zuccheri "totali" comprendono quelli "liberi" e quelli naturalmente contenuti in frutta, verdura e latte. I gruppi alimentari che contribuiscono maggiormente all'assunzione sono zuccheri e dolciumi (cioè zucchero da tavola, miele, sciroppi, confetteria e dessert dolci a base d'acqua), seguiti da bevande e prodotti da forno, con elevata variabilità tra i paesi.

Secondo l'Organizzazione Mondiale della Sanità, un'alimentazione equilibrata dovrebbe prevedere un consumo totale di zuccheri semplici – derivati da alimenti come latte, frutta e verdura – non superiore al 15 per cento dell'apporto energetico complessivo giornaliero. Per quanto riguarda invece gli zuccheri liberi – ovvero lo zucchero come ingrediente e



quello aggiunto in alimenti confezionati e bevande – non dovrebbero superare il tetto del 10%.

Per limitare l'apporto giornaliero di zuccheri non basta limitare lo zucchero per addolcire bevande come tè o caffè, ma è importante fare attenzione ai cibi che si acquistano e consumano durante la giornata poiché cibi inscatolati, succhi di frutta e cibi confezionati o precotti sono fonte di "zuccheri nascosti".

Per capire se un alimento è una fonte di zuccheri aggiunti è utile consultare l'elenco degli ingredienti riportato sull'etichetta.

Parere Efsa e raccomandazioni nutrizionali

La valutazione Efsa sulla sicurezza degli zuccheri è stata salutata come una fonte utile per la revisione delle raccomandazioni per l'assunzione di zucchero e delle linee guida nutrizionali.

Il parere è, peraltro, in linea con le raccomandazioni correnti dell'OMS e delle Linee Guida per una corretta alimentazione (Crea 2018) rispetto alle quali ancora molto resta da fare per migliorare le abitudini alimentari a livello internazionale e nazionale.

Del resto sul fronte del consumo degli zuccheri secondo la sorveglianza Okkio alla Salute 2019 il 48,3% dei bambini italiani consuma snack dolci più di 3 giorni a settimana ed il 24,5% consuma bevande zuccherate almeno una volta al giorno. Va ricordato che quest'ultimo dato è in calo rispetto alle rilevazioni precedenti ma la strada per raggiungere gli obiettivi fissati si presenta ancora lunga e non priva di insidie.

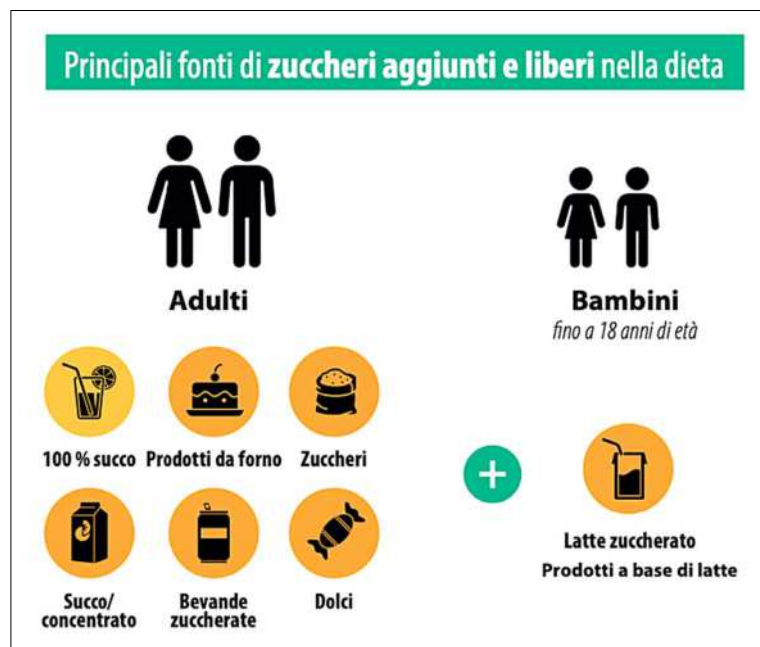
La Sugar tax in Italia

Il sovrapprezzo, pensato per ridurre il consumo di bibite ad alto contenuto di zuccheri aggiunti, delle bevande gasate ai succhi di frutta fino agli energy drink, è oggetto di dibattito in molti Paesi. OMS e molte società scientifiche mediche ne promuovono l'adozione per disincentivare l'assunzione di zuccheri nella lotta contro l'obesità, soprattutto infantile mentre le categorie produttive di settore ne contestano l'utilità. In Italia la norma che aumenta le imposte sulle bevande dolcificate che contengono più di 25 grammi di zuccheri al litro, è stata inserita nella manovra economica 2019 e approvata nella Legge di bilancio 2020 ma la sua applicazione è stata rinviata, per la seconda volta, al 2023 per effetto della riduzione degli oneri fiscali previsti nella Legge di bilancio 2022. Quando la tassa, denominata tassa della salute, sarà operativa

le bevande edulcorate costeranno 10 centesimi in più al litro, 25 centesimi per chilo nel caso di prodotti da diluire. Si tratterà di un ulteriore contributo agli interventi per contrastare l'obesità di cui si è celebrata la Giornata Mondiale (World Obesity Day) lo scorso 4 marzo.

L'obesità nel Mondo e in Italia

Secondo i dati dell'Organizzazione Mondiale della Sanità l'obesità a livello mondiale colpisce 800 milioni di persone, incidendo sulla qualità della vita e aumentando la probabilità di comorbidità; inoltre raddoppia il rischio di ricovero in ospedale per Covid-19. Nel nostro Paese il problema interessa tutte le fasce di età. I bambini in sovrappeso sono il 20,4%, quelli obesi il 9,4%, di cui il 2,4 % gravemente obesi (Okkio alla salute 2019). Un problema che si riduce solo in parte con l'adolescenza secondo la sorveglianza HBSC (Health Behaviour in School-aged Children 2018) fra gli 11 e i 15 anni mediamente il 20% dei ragazzi è in sovrappeso e il 4-5 % è obeso mentre le ragazze in sovrappeso sono il 12% ed il 2-3% obese. Quanto agli adulti il sistema di sorveglianza PASSI 2017-2020, ha rilevato che il 42,4% di adulti di età 18-69 anni sono in eccesso ponderale: il 31,6% in sovrappeso e 10,8% obesi!





Associazione nazionale della Ristorazione collettiva e Servizi vari
Uffici: Via Barozzi 7 - 20122 Milano - Tel. +39 02 76281537 - Fax +39 02 76280761
www.angem.it - info@angem.it

CO.R.I.A. s.a.s.

COLOMBO RAG. ETTORE S.r.l.

COMPASS GROUP S.p.A.

ELIOR RISTORAZIONE S.p.A.

GEMEAZ ELIOR S.p.A.

GENESI S.r.l.

IFM S.p.A.

ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI S.r.l.

ITALCATERING S.r.l.

PEDEVILLA S.p.A.

PUNTO RISTORAZIONE S.r.l.

SER CAR RISTORAZIONE COLLETTIVA S.p.A.

SIR SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE S.r.l.

SODEXO ITALIA S.p.A.

TURRINI RISTORAZIONE

Gli indirizzi e i recapiti di tutte le aziende associate
sono presenti sul sito www.angem.it

**la forza della professionalità
e il sapore della qualità
sempre al vostro servizio**

Un aiuto dalle macchine



Sostenuta dalla carenza di personale, in America cresce la diffusione di camerieri robotizzati. Facciamo il punto

Avvistate in USA prime forme di camerieri alieni. La notizia in sé non è di quelle clamorose. A più riprese negli ultimi anni abbiamo assistito alla nascita di robot destinati a assolvere ad una serie di compiti svolta di solito dagli uomini anche in ambiti come la ristorazione. Ma se e quando il pizzaiolo in carne ed ossa verrà sostituito da un automa con batterie e cuore digitale ancora non è dato sapere. Nel frattempo Oltreoceano non perdono tempo. Per anni, in giro per il mondo, i curiosi vassoi su ruote che vagano autonomamente su e giù per le sale congressi sono stati visti tutt'al più come una curiosità hi-tech. Oggi questi carrelli motorizzati senza... pilota, stanno iniziando a diventare strumenti utili per alcuni ristoranti poiché il foodservice

a stelle e strisce emerge dalla pandemia a corto di circa 1 milione di posti di lavoro.

Randy Slifer, COO di **Victor Distillery restaurant**, 5 ristoranti nella Grande Mela, si era da tempo innamorato dei camerieri robotici fin dalla loro comparsa fra i padiglioni delle fiere del settore hi-tech. E l'anno scorso ha deciso di acquistarne uno. A novembre 2021, il ristorante ha acquistato un carrello per alimenti automatizzato prodotta da RichTech per fronteggiare il calo di personale.

Ma non è stato l'unico. Alcuni mesi prima, il **Tastee Spoon** di Dunwoody, in Georgia, aveva acquistato un "cameriere robotizzato". Il ristorante stava passando da un formato principalmente da asporto a includere il servizio al tavolo e pensava che un'attrezzatu-



ra del genere potesse essere d'aiuto nella transizione senza dover assumere personale aggiuntivo.

E alla fine del mese scorso, il team di ristorazione del **Wesley Enhanced Living**, una casa di riposo a Media, Pennsylvania, ha acquistato due robot di questo tipo mentre cercava due addetti alla distribuzione dei pasti nella sala da pranzo.

Nel frattempo, uno dei leader della ristorazione informale **Chili's Grill & Bar** stava espandendo silenziosamente il proprio test sui camerieri non in carne ed ossa a 10 ristoranti in

CHEF ROBOTIZZATI NELLE BASI MILITARI

L'ultima recluta del Dipartimento della Difesa degli Stati Uniti è uno chef robotico di nome Alfred.

L'agenzia sta stipulando un contratto con Dexai Robotics per portare 10 dei suoi chef automatizzati nelle basi militari statunitensi. Il Dipartimento della Difesa ha affermato che i robot aiuteranno a ridurre lo spreco di cibo, migliorare i servizi igienico-sanitari e mantenere le sue strutture adeguatamente attrezzate.

"Il nostro obiettivo è rendere le nostre operazioni più efficienti, più sicure, più facili e più sostenibili", ha affermato **Jim Krueger**, capo della

politica alimentare dell'Air Force. *"In termini di funzionalità, facilità di implementazione e flessibilità, Alfred ha superato di gran lunga qualsiasi altro dispositivo che abbiamo visto sul mercato"*.

Il dipartimento sta spendendo 1,6 milioni di dollari per i 10 robot, il primo dei quali ha iniziato a lavorare alla Travis Air Force Base a Fairfield, in California, alla fine dello scorso anno. Il robot è di stanza presso la Monarch Dining Facility, che serve una media di 950 persone al giorno.

Alfred è un braccio robotico che utilizza l'intelligenza artificiale e la visione artificiale per interagire con l'ambiente circostante e può essere installato in qualsiasi cucina commerciale. Può utilizzare utensili da cucina standard e può preparare una gran varietà di ricette.



tre stati. I robot, che la catena ha battezzato Rita, sono stati acquistati con lo scopo di migliorare l'esperienza di ospiti e lavoratori.

Tutti questi operatori hanno detto più o meno le stesse cose sui loro nuovi membri del team di automi: hanno alleggerito il carico di lavoro dei camerieri e hanno permesso loro di trascorrere più tempo con gli ospiti. In alcuni casi, hanno mostrato un'efficienza e una produttività superiore a quella dell'uomo. E i clienti e i dipendenti sembrano apprezzarli.

"Rende la vita più facile", ha detto del suo robot il proprietario di Tastee Spoon **Raymo-**

ne Williams. *"Dopo che gli ospiti si sono seduti al ristorante, il robot è il primo "dipendente" con cui interagiscono. Viaggiando lungo una mappa programmata nel soffitto, porta loro dell'acqua e, se previsto una carta con il menù del giorno. Dopo circa cinque minuti, sarà compito di un dipendente in carne e ossa andare a prendere gli ordini. Una volta pronto, sarà di nuovo il robot a tornare al tavolo con le portate. E sempre il robot potrà andare avanti e indietro al tavolo per soddisfare le necessità che di volta in volta si presentano come l'aggiunta di posate, un nuovo tovagliolo e*

l'aggiunta di una bevanda e via di questo passo".

Da quando ha avviato il robot, ha affermato Williams, i camerieri sono stati in grado di trascorrere più tempo vicino ai tavoli e meno tempo a correre da e verso la cucina, offrendo un servizio migliore.

Come in Tastee Spoon, il robot usato da Victor Distillery è programmato per portare il cibo ai tavoli dei clienti premendo un pulsante. I camerieri sono addestrati a osservare i movimenti della macchina e unirsi ad essa mentre arriva al tavolo, per prelevare i piatti e servirli. I camerieri in precedenza trascorrevano circa

il 30% del loro tempo in cucina, ha detto Slifer. Ma con Stilly (così è stato battezzato il robot) che copre gran parte del lavoro avanti e indietro, ora sono in sala da pranzo per circa il 90% del loro turno, diventando più tempestivi nel gestire il flusso delle bevande, nello sgombrare i tavoli e persino più capaci di proporre qualche portata in più.

"Non è nostra intenzione perdere quell'ospitalità, quella complicità tra il personale e i nostri clienti che ci caratterizza", ha affermato Slifer. *"Pensiamo ancora che sia una parte strategica della nostra attività, ed è uno dei motivi per cui le*

persone prediligono un ristorante rispetto ad un altro".

Chili's ha affermato che il suo obiettivo con Rita è quello di fornire un'esperienza più divertente per gli ospiti, alleggerendo anche il carico del personale. Oltre a far sedere i clienti, ai tavoli e alla distribuzione dei piatti, la macchina realizzata da Bear Robotics può fare cose come cantare Happy Birthday ai clienti. In base a un sondaggio condotto da Chili's l'86% dei clienti ha affermato di apprezzare Rita e quasi l'80% del personale sostiene che semplifica loro la vita.

"Rita è la prova che stiamo innovando in nome del diver-



rativo va segnalato che i robot funzionano un po' come i grandi Roomba, gli aspirapolvere domestici che si muovono autonomamente per casa evitando gli ostacoli. Se qualcosa blocca il loro percorso, cosa che tende ad accadere spesso in un ristorante affollato, possono confondersi. Il team di Slifer della distilleria di New York ha riprogrammato il GPS di Stilly in modo che manovri automaticamente intorno alle cose nel birrificio di 7.000 piedi quadrati. Il robot di Taste Spoon affronta gli ostacoli con un aspro senso dell'umorismo dicendo a gran voce: "Ho un lavoro da fare, non essere



timento e dell'efficienza", ha detto a sua volta **Wade Allen**, vicepresidente senior dell'innovazione per la casa madre di Chili, Brinker International.

Cosa ne pensa le clientela

L'accettazione dei robot da parte dei consumatori è un'altra questione. Secondo una ricerca della **Technomic** (società consociata di Restaurant Business da cui abbiamo tratto questo articolo), oltre il 50% dei consumatori ha affermato che preferirebbe che il cibo fosse servito da personale umano. Un rapporto più re-

cente, della **National Restaurant Association**, ha rilevato che il 44% degli adulti sceglierebbe di farsi consegnare il cibo da un robot.

Non c'è quindi un apprezzamento pieno ma nemmeno un rifiuto, piuttosto un atteggiamento di sana curiosità.

"I frequentatori del mio ristorante adorano il mio robot", sostiene Slifer di Stilly. "I più piccoli vogliono che si avvicini e lo vogliono toccare. Di sicuro è un elemento che arricchisce l'esperienza all'interno del locale". Al Wesley Enhanced Living, i robot hanno colto di sorpresa gli anziani residenti della comunità. All'inizio era

come se avessero visto un fantasma hanno detto i gestori della residenza. E poi sono iniziati i sorrisi e l'approccio alla novità si è concluso con un applauso di totale accettazione. Chi dovesse decidere di introdurre nel proprio locale un robot di questo genere deve mettere in conto una sorta di curva di apprendimento da parte degli ospiti che le prime volte non sanno cosa fare quando il cameriere motorizzato si presenta al tavolo. Occorre spiegare loro come possono interagire e che tipo di servizi possono aspettarsi dal servizievole automa. Sotto il profilo squisitamente ope-

troppo attratto da me", oppure "Vuoi farmi licenziare?"... Blocchi stradali a parte, i robot presi in esame hanno dimostrato di saperci fare. Durante un test di due settimane a gennaio, Rita ha svolto i compiti correttamente il 99,8% delle volte, ha detto Chili's. E il 90% degli ospiti è rimasto soddisfatto del lavoro svolto. Ma quanto costano?... I prezzi per i robot variano da 1.000 dollari al mese per le macchine più semplici fino a un totale di 30.000 dollari per Matradee di RichTech, il modello utilizzato da The Distillery e Taste Spoon. Tanto? Poco?... Questione di conti.



Il business **mette le ali**

Vola la proposta a base di pollo, una alternativa sana e gustosa che sta conquistando un numero crescente di estimatori anche lungo lo Stivale

di M.L.Andreis

Variare l'alimentazione e l'offerta gastronomica proposta ai clienti dei ristoranti oggi è fondamentale non solo sotto il profilo dell'appeal che le novità i trend o le mode esercitano ma anche per non abituare il corpo ad assumere sempre gli stessi nutrienti. In quest'ottica, le carni bianche rappresentano una tipologia di alimentazione e proposta non solo in linea con le tendenze healthy ma capace di una grande versatilità, potendosi abbinare a tantissimi altri ingredienti e preparazioni diverse, anche sfiziose.

Un piatto light

Intanto, il colore bianco della carne dipende dalla quantità di mioglobina, cioè la proteina che trasporta l'ossigeno nei tessuti muscolari dell'animale. In origine la carne bianca non veniva mangiata, in quanto gli ovini venivano allevati solo per il latte, le pelli e la lana, mentre i polli per le uova e il piumaggio. Ma a un certo punto della storia evolutiva dell'uomo, le carni bianche cominciarono a essere impiegate anche in cucina, ovviamente

all'inizio servite solo alle classi più ricche per poi diventare invece un piatto più "povero".

Ricca o povera che sia, tra tutte le possibili varianti oggi è quella di pollo la carne bianca più apprezzata dai consumatori, anche ma non solo perché, sia nel maschio che nella femmina, è quasi priva di grassi, pari all'1%. Di qui il suo ampio impiego nelle diete degli sportivi e di coloro i quali vogliono recuperare o mantenere il peso forma. Ma non vi è dubbio che proprio la carne di pollo sia protagonista anche di

una "riscoperta" nella ristorazione commerciale, con numerosi format nati e diffusi negli ultimi tempi.

Cotta infatti in maniera più accattivante e sfiziosa, questa carne ha conquistato i palati di un numero crescente di consumatori anche alle nostre latitudini, dove, se non ha spodestato manzo e maiale, si sta facendo strada, anche sulla scia dell'emigrazione latinoamericana e asiatica proveniente da paesi dove il pollo rappresenta un must della proposta gastronomica.

KFC: il "pollower" si fa digitale

Di questo trend culinario che va per la maggiore uno dei massimi interpreti è un format made in USA che è arrivato ormai a contare 60 ristoranti in 14 regioni italiane: si tratta di **KFC**, che, approdato in Italia nel 2016, oggi dà lavoro a oltre 1.000 persone nelle sue location in franchising lungo lo Stivale, che nel 2022 aumenteranno di 25 unità, di cui due già aperte a Rende, in provincia di Cosenza e a Napoli Carità, manifestando la propensione a crescere anche nel Sud del Paese, come spiega **Corra-**

riusciti a mantenere il 60% delle vendite pre-Covid", esordisce il manager. "Oggi la consegna è disponibile in 50 ristoranti KFC su 60 e rappresenta mediamente il 14% delle vendite. Abbiamo da subito riattivato anche il take away attraverso la nostra App: disponibile in tutti i ristoranti e in 6 casi anche con formula drive-through, pesa mediamente il 14% delle vendite. Peraltro, appena è stato consentito di consumare nuovamente in sala, il dine-in è tornato a essere il canale preferito dai nostri clienti, seppur con percentuali minori rispetto al 2019. Lo scenario è certamente cambiato, ma venire

le ordinazioni in autonomia. A oggi il peso di queste nuove modalità è altissimo: siamo ad oltre il 70% degli ordini tramite questi canali".

Anche per KFC si sono moltiplicate negli ultimi tempi le azioni volte a garantire la sostenibilità a 360°: Kentucky Fried Chicken e Yum!, che ne possiede il marchio, sono da sempre molto attenti a questo tema. "L'impegno in questo ambito è un imperativo sociale ma anche un abilitatore di crescita e di creazione del valore", riprende l'amministratore delegato. "Dal 2017, primo brand della ristorazione veloce in Italia a farlo, abbiamo attivato

gare solo packaging riutilizzabile o riciclabile entro il 2025, così da eliminare completamente gli oggetti in plastica usa e getta dai ristoranti.

Il pollo italiano che conquista l'estero

Ma è ovviamente la materia prima il fiore all'occhiello oggi come ieri e come domani di Kentucky Fried Chicken: "Il nostro pollo proviene da tre fornitori europei certificati da Yum! International, regolarmente sottoposti a controlli da parte di organismi indipendenti: Heijs, Westbridge Foods Limited, che ci



do Cagnola, AD della costola italiana del colosso americano fondato dal colonnello Sanders negli anni 50, cui abbiamo chiesto di raccontarci l'andamento del business del format e delle vendite di pollo più in generale nel mercato di casa nostra.

"La rete di Kentucky Fried Chicken non ha mai chiuso completamente nemmeno all'inizio della pandemia grazie al servizio di consegna a domicilio che abbiamo attivato in tempi molto brevi attraverso i maggiori aggregatori nazionali e alcune realtà locali. Grazie alla delivery, durante il periodo di lockdown alcuni dei nostri ristoranti sono

al ristorante è ancora la modalità di consumo prediletta".

Cagnola sottolinea quindi come il digitale sia stato sempre molto importante per KFC quale canale privilegiato di comunicazione con i suoi "pollowers": "Siamo entrati in pandemia con una percentuale marginale di ordini digitali e in questi due anni abbiamo investito moltissimo sui nuovi canali senza contatto: la nostra nuova App con il servizio di Clicca & Ritira e il sito, completamente rinnovato e nel quale è stata inserita una nuova sezione dedicata alla delivery. Inoltre, tutti i ristoranti sono stati dotati di chioschi digitali per

il progetto Harvest con l'obiettivo di recuperare il cibo invenduto e ridurre lo spreco alimentare, e quindi anche l'impatto ambientale, aiutando le persone in difficoltà. Dal 2017 i ristoranti KFC hanno donato nel nostro Paese 46.000 pasti a 19 organizzazioni sul territorio, attraverso la Rete del Banco Alimentare. Sempre in ottica anti spreco, nei ristoranti promuoviamo la doggy bag, invitando i clienti a portare a casa il cibo non consumato". E non è tutto: dal 2018 nel Belpaese KFC sta lavorando per ridurre l'utilizzo della plastica monouso. L'obiettivo fissato a livello globale è quello di impie-

forisce il pollo dalla gemellata polacca SuperDrop, Storteboom e SCM Poland", sottolinea Cagnola. "Dalla seconda metà del 2022 sposteremo invece l'acquisto di quasi tutto il pollo su un fornitore italiano, avendo raggiunto dimensioni e volumi tali da avere linee di produzione dedicate anche nel nostro Paese. Da quel momento il pollo italiano sarà anche a disposizione dei ristoranti KFC negli altri mercati europei, così che la qualità della nostra produzione avicola possa essere apprezzata anche all'estero".

Ma non è tutto: KFC sta esplorando, a livello globale soprat-

tutto nei mercati più maturi, l'offerta di prodotti plant based. "Pur essendo interessati a questi trend e seguendoli con molto attenzione, al momento in Italia preferiamo focalizzarci sul nostro prodotto core, il pollo fritto".

Da non trascurare il risvolto occupazionale legato all'espansione della rete italiana di KFC: "Mediamente i nostri franchisee assumono 20 persone in ogni nuovo ristorante: abbiamo creato ben oltre 1.000 posti di lavoro stabili da quando siamo arrivati in Italia, soprattutto giovani e con una leggera prevalenza di donne, a qualsiasi livello. Tutta via alle società che gestiscono

È arrivato Paolino: un pollo che viene da lontano

Nato nel lontano 1969 come prodotto ambulante cotto allo spiedo in un innovativo forno a legna messo a punto da **Paolino Pennacchioli** e collocato su un mezzo mobile, il pollo di ... **è arrivato Paolino** è ormai tra i più conosciuti lungo lo Stivale. Il successo della formula affonda le radici nell'Italia degli anni 70 e 80, quando stavano aprendo i primi ipermercati evolutisi poi in centri commerciali: un modello che si sposava perfettamente con le nuove necessità della famiglia italiana,

center aperto in Italia, quello di Carugate nel milanese, e quindi al suo interno con un punto vendita fisso.

Velocemente vengono aperti altri negozi sempre situati dentro centri commerciali e tutti corredati con la stessa immagine aziendale: il marchio "è arrivato Paolino" in evidenza, a cui si è poi aggiunto negli anni lo slogan "Il mago dello spiedo a legna", oggi abbreviato in "L'arte dello spiedo".

Nel 1988 l'azienda passa al franchising per crescere e apre così il primo negozio affiliato a Settimo Torinese. Oggi ci sono 18 le location in giro per l'Italia. I

marchio. E ancora: "I nostri prodotti sono 100% italiani, buoni e controllati per garantire anche ai clienti più esigenti un risultato di altissimo livello e che allo stesso tempo valorizzi i sapori della nostra tradizione".

Pollo & Friends: la polleria è servita

All'origine di tutto ci sono un tavolo e tre sedie, e la semplicità della cucina tradizionale italiana: ecco come nasce nel 2013 **Pollo & Friends**.

Tre amici con una comune passione per il cibo e l'idea di sviluppare una polleria fondata su



in franchising i ristoranti KFC sta succedendo talvolta di avere difficoltà nel reclutamento di personale, dal momento che i giovani preferiscono i sussidi come il reddito di cittadinanza", lamenta il manager. "Una politica di incentivazione più organica che consenta una uscita dalla politica del sussidio aiuterebbe il settore. Abbiamo oggi troppi strumenti a macchia di leopardo, un coordinamento nazionale e una decisa riduzione del cuneo fiscale e contributivo per chi come noi ha la maggioranza dei lavoratori a tempo indeterminato e fa moltissima formazione sarebbe uno stimolo importante".

che cercava prodotti pronti ma allo stesso tempo sani e gustosi, da consumare anche fuori dalle mura domestiche, come momento di svago e socializzazione.

Cavalcando questa nuova tendenza socio-alimentare, Paolino decideva di investire i suoi risparmi nell'acquisto di un "autonegozio" dotato del primo (e ancora unico nel suo genere) forno a legna, "FornoPiù". Inizia così l'attività di rosticceria ambulante e, al primo mezzo mobile, si aggiungono altri numerosi "autonegozi" cui fa seguito il posizionamento nel parcheggio del primo shopping

segreti del successo: il sistema FornoPiù, che cuoce con legna selezionata e si distingue dagli altri tipi di cottura per la durata di un'ora e mezza contro i 45 minuti dei comuni sistemi a gas ed elettrici, e la preparazione delle carni: "Da noi anche le materie prime e gli strumenti utilizzati per la cottura vengono continuamente sottoposti a rigorosi controlli per mantenere alto il livello di qualità e professionalità. Lo stesso vale per la legna che utilizziamo per il forno fino agli esclusivi mix di spezie per la cottura Aromix e Sapormix, di cui siamo proprietari", scrivono dal quartier generale del

un concetto di alimentazione sano, rispettoso della tradizione ed economico, abbinata a un format semplice, rapido e veloce, in linea con le attuali tendenze internazionali.

A base della proposta food, un pollo che nasce e cresce in campagna, allevato rigorosamente a terra in ampi spazi aperti e alimentato esclusivamente con mangimi vegetali e Ogm free. Ogni giorno nei 12 locali Pollo & Friends l'attività inizia con l'accensione del grande girarrosto a legna, cuore pulsante di ogni punto vendita. "Legno, fuoco e tanta pazienza, perché ciò che esce dalle nostre braci ri-

chiede estrema cura e tempo. Il vigore della fiamma, l'utilizzo di erbe aromatiche e la lenta cottura a legna conferiscono a tutti i nostri prodotti quel gusto e quel profumo tipico delle botteghe rionali, dove l'attenzione e la passione per il cibo hanno sentore di casa.

Inoltre il girarrosto a legna dona alle carni profumi unici, grazie all'utilizzo di legna selezionata e 100% italiana, che assicura una cottura croccante e dorata", comunicano dall'azienda.

E ancora: "I nostri polli provengono dalle campagne romagnole e marchigiane, sono allevati a terra e sono nutriti

BEFED, il galletto fa chicchiricchi

Nato come marchio nel 1996 ad Aviano con l'apertura del suo primo locale, **BEFED** ha inaugurato il format attuale a partire dalla fine del 2017, da quando **Gianpietro D'Adda** ha assunto il ruolo di amministratore delegato e presidente. Fin dalle origini, la proposta con alla base il galletto è stata studiata dai soci storici per poi svilupparsi in franchising. Oggi sono oltre 30 i locali aperti in Italia che servono un prodotto, il galletto, allevato a terra, selezione esclusiva di Valle Spluga e dunque sano,

ne alla piastra, formaggio, lattuga, pomodoro, sale e pepe. Ad innaffiare il tutto c'è poi la birra BEFED: rigorosamente artigianale, "nasce dall'esperienza e dalla passione dei nostri mastri birrai, i quali ne curano la produzione seguendo ogni fase, dalla macinazione dell'orzo alla spillatura. Con scrupolo controllano l'ammontamento, la luppolazione, la cottura del mosto e infine la fermentazione. Tutto per poter offrire ai nostri ospiti la migliore birra artigianale, spillata direttamente dai serbatoi, non pastorizzata e senza gas addizionati", si legge nella vetrina online dell'azienda.

tra Asia, Europa, Stati Uniti e Regno Unito.

Ad oggi sono due le location italiane, che si trovano a Milano e a Roma.

Jollibee serve il pollo fritto croccante e succulento insieme a un menu vario che comprende hamburger di pollo, hotdog, patatine fritte, dessert e bibite. "Il nostro piatto forte è il Chichenjoy, servito extra croccante fuori e marinato per essere super succulento all'interno. Un altro classico sono poi i Jolly Spaghetti, degli spaghetti dolci serviti con la nostra salsa speciale ed infine pezzetti di hotdog e formaggio grat-



esclusivamente con mais, che conferisce l'aspetto caratteristico della carne gialla, grano sorgo e soia non Ogm.

Una scelta di responsabilità, nel rispetto del benessere degli animali e della salute dei consumatori, l'obiettivo di una filosofia che guarda alla qualità senza compromessi".

Insomma, i proprietari di Pollo & Friends si fregiano di aver dato vita a un format che riprende le atmosfere delle tipiche pollerie italiane di una volta, aggiungendovi un approccio artigianale, un servizio attento e uno sguardo aperto alle nuove tendenze del gusto.

genuino e proveniente da una filiera controllata che lo rende unico una volta cotto a regola d'arte sulla brace viva. Non solo: il galletto non contiene glutine all'origine ed è l'alimento ideale per mangiare in modo genuino, in linea con i dettami della dieta mediterranea. Servito con un contorno di patate fritte, salsa e pane tostato, il galletto BEFED può essere accompagnato anche da verdure grigliate a cubetti. Ma non solo: come alternativa, BEFED offre il Club Sandwich preparato con pane bianco a cassetta, insalata di galletto, salsa, maionese, prosciutto di Praga e melanza-

Jollibee: dalle Filippine, con furore

Jollibee è la casa del pollo fritto forse più amata in Asia, ed è famosa in tutto il mondo per portare un tocco asiatico nel menu della tradizione occidentale. Fondato nel 1978 nelle Filippine da **Tony Tan Caktiong**, il format è diventato presto leader di mercato nel settore del fast food dell'immenso arcipelago asiatico.

Poderosa la crescita: se nel 1998 Jollibee contava già 300 punti vendita sparsi per il globo, oggi ha più di 1.400, 1.201 dei quali nelle Filippine e 274

tuggiato. Questi piatti unici nel loro genere hanno reso famoso Jollibee tra i filippini in tutto il mondo, da Hong Kong a New York, nel Regno Unito" e ora anche in Italia, si legge online.

In particolare poi, negli USA **Jollibee Foods Corporation** ha in portfolio i famosi brand **Smashburger** e **The Coffee Bean & Tea Leaf**.

L'azienda possiede anche il franchisee filippino di **Burger King**. Risultato: nel Paese di origine, Jollibee supera attualmente, in termini di prestazioni e quote di mercato, sia **McDonald's** che **KFC**. E l'espansione globale e riprenderà presto...



12oz: il "coffee" per la Gen Z

Partita in sordina nel 2015, la catena italiana anti-Starbucks vara un maxi piano di crescita con l'obiettivo di aprire 700 caffetterie entro il 2027: parola di David Nathaniel, il fondatore del brand

di Adriano Lovera

Con una punta di orgoglio, **David Nathaniel**, fondatore della catena **12oz**, ricorda che il suo primo coffee bar ha aperto nel 2015. Ben prima dell'arrivo di Starbucks in Italia. *"Certo il filone è quello, ma noi cerchiamo di proporre qualcosa di diverso"*, ci dice. Dalle finestre del suo ufficio milanese, in zona San Babila, si vede proprio uno Starbucks dall'altra parte della strada. È giovedì mattina, non c'è coda. *"Ma nelle ore di punta sì. Coda fuori e all'interno. Proprio quel che noi cerchiamo di evitare"*, riprende l'imprenditore.

Un business plan da 700 negozi

Quando nel 2016 ha aperto il

primo flagship in piazza Duomo, non poteva prevedere lo stravolgimento che sarebbe arrivato con la pandemia. La catena è comunque cresciuta, a piccoli passi, e ora è il momento di ingranare. 12Oz ha le spalle larghe, grazie alla solidità societaria (vedi box). Oggi la rete conta 18 punti vendita, di cui 15 in Italia in proprietà diretta. Il franchising è una novità dell'ultimo periodo, con il primo caffè in affiliazione inaugurato a novembre 2021 all'aeroporto di Bergamo, in collaborazione con **MyChef/Areas Italia** (uno store in franchising stagionale è presente all'interno del resort **Altomincio Family Park**). Ma i piani di espansione mostrano numeri ben più ampi: 700 negozi, estero com-



DAVID NATHANIEL,
fondatore 12Oz

preso, entro il 2027. *"In fondo, è come 70 negozi in dieci Paesi, o 35 in 20 mercati. Dipende dalle opportunità",* ragiona Nathaniel. Che intanto ha già messo una prima bandierina all'estero, a Cipro. Ma qual è l'unicità dell'offerta di 12oz (che sta per 12 once, il formato da circa 35 Cl del caffè americano)?

Il 60% dei clienti è under 25

"In primo luogo, siamo specialisti della bevanda 'on the go'. Abbiamo i tavolini e nulla vieta di sedersi, ma soprattutto quelli della Generazione Z ormai vivono così: vogliono consumare senza distrarsi da quel che stavano facendo. Prendono la bevanda, camminano, vanno all'università. E noi abbiamo il 60% della clientela sotto i 25 anni", racconta l'imprenditore. La rapidità del servizio su cui punta 12oz deriva anche da un preciso elemento industriale: grazie al sistema brevettato Cafitesse, il 50% delle ricette del menù viene servito in meno di 30 secondi. Quanto attecchirà, in Italia, questo format a stelle e strisce? *"Il consumo veloce è molto attuale e post-pandemico. Ma se ci pensiamo, che cosa c'è di più rapido del tradizionale caffè al bancone, preso in piedi, che caratterizza l'Italia?"*, osserva Nathaniel. Come direbbero i cuochi di Masterchef, tradizione e innovazione che si fondono.

Iper efficienza dei costi

Battute a parte, il piano economico si fonda su tasselli precisi. Lo scontrino medio di una caffetteria 12oz è intorno ai 4 euro, più alto di un bar tradizionale, in cui si ragiona sui 2,50 euro di cappuccino e brioche. Il fatturato medio di una caffetteria 12oz è intorno a 400/450.000 euro. La rapidità del servizio e il format snello dei negozi permettono di gestire il punto vendita con poche risorse, in alcuni casi anche solo con un dipendente. Questo significa costi sotto controllo e

margini, nonostante il peso degli affitti necessario per essere presente nei centri città. *"Certo nel 2021 siamo stati in perdita. Sfido chiunque ad aver registrato utili in questo periodo. Ma il futuro è promettente"* dice il nostro interlocutore. Nessun dubbio circa la natura del brand: *"Copriamo 4 momenti focali della giornata: colazione, pranzo, merenda e ora dell'aperitivo. La fascia 16-18, per esempio, è importante perché ci frequentano molti giovani, mentre in un bar tradizionale è una fascia di bassa affluenza. Sul pranzo, invece, vogliamo essere presenti, ma sempre con una proposta leggera, un sandwich per esempio. Niente tentazioni di metterci a offrire il piatto di bresaola e rucola. La nostra natura di caffetteria resta un punto fermo"*.

Dalla A4 al Middle East

L'espansione in Italia avverrà in prevalenza nei centri città, partendo dal Centro Nord. L'asse dell'autostrada A4 e la direttrice che da Nord porta fino a Firenze saranno gli snodi preferiti. Con l'aggiunta di Roma, che potreb-

be aprire presto. *"Le strade ad alta densità di passaggio sono più difficili e costose, ma siamo urbani come natura",* spiega Nathaniel. Qualcosa verrà concesso anche ai centri commerciali, ma selezionati, solo doppi o triple A. E verrà percorso ancora il canale travel, molto probabilmente replicando altre collaborazioni con MyChef. All'estero lo sviluppo punterà soprattutto sull'identificazione di un master franchisee affidabile per ogni Paese, *"benché qualche flagship di proprietà*

nelle capitali sia opportuno, per affermare il marchio". In Italia si dovrebbe proseguire con un misto fra gestione diretta e franchising. A livello di mercati esteri, i primi accordi in dirittura d'arrivo riguardano il Middle East. E ci saranno anche Europa e Far East, come Cina, Giappone, Filippine. Qualche freno verso la Gran Bretagna, dove ormai c'è abbondanza di tutto. Nel mentre, arriveranno anche gli investimenti sul fronte digitale. Già oggi, 12oz è capace di modificare da remoto molti degli schermi su cui compaiono i menù, per adattarli alla stagione o al clima. Un passo in più verso i consumatori sarà la creazione di una app proprietaria e di un programma di loyalty. *"Questo è un traguardo cui vogliamo arrivare, ma solo quando saremo pronti con un servizio efficiente. Niente improvvisazione"*. Insomma, anche se parte da outsider, si può dire che la sfida a Starbucks sia lanciata. Il colosso Usa, di recente, ha chiuso due punti vendita in centro a Milano. Non certo un bel colpo d'immagine. Troppa fretta nelle aperture? Costi sottostimati? *"Non mi permetterei mai di commentare direttamente l'operato di un concorrente"*, si schernisce Nathaniel. Che poi chiosa: *"Diciamo che ormai, a livello internazionale, i trend di consumo portano all'apertura di negozi sempre più ridotti, a favore di format veloci o di modalità come il drive thru"*.

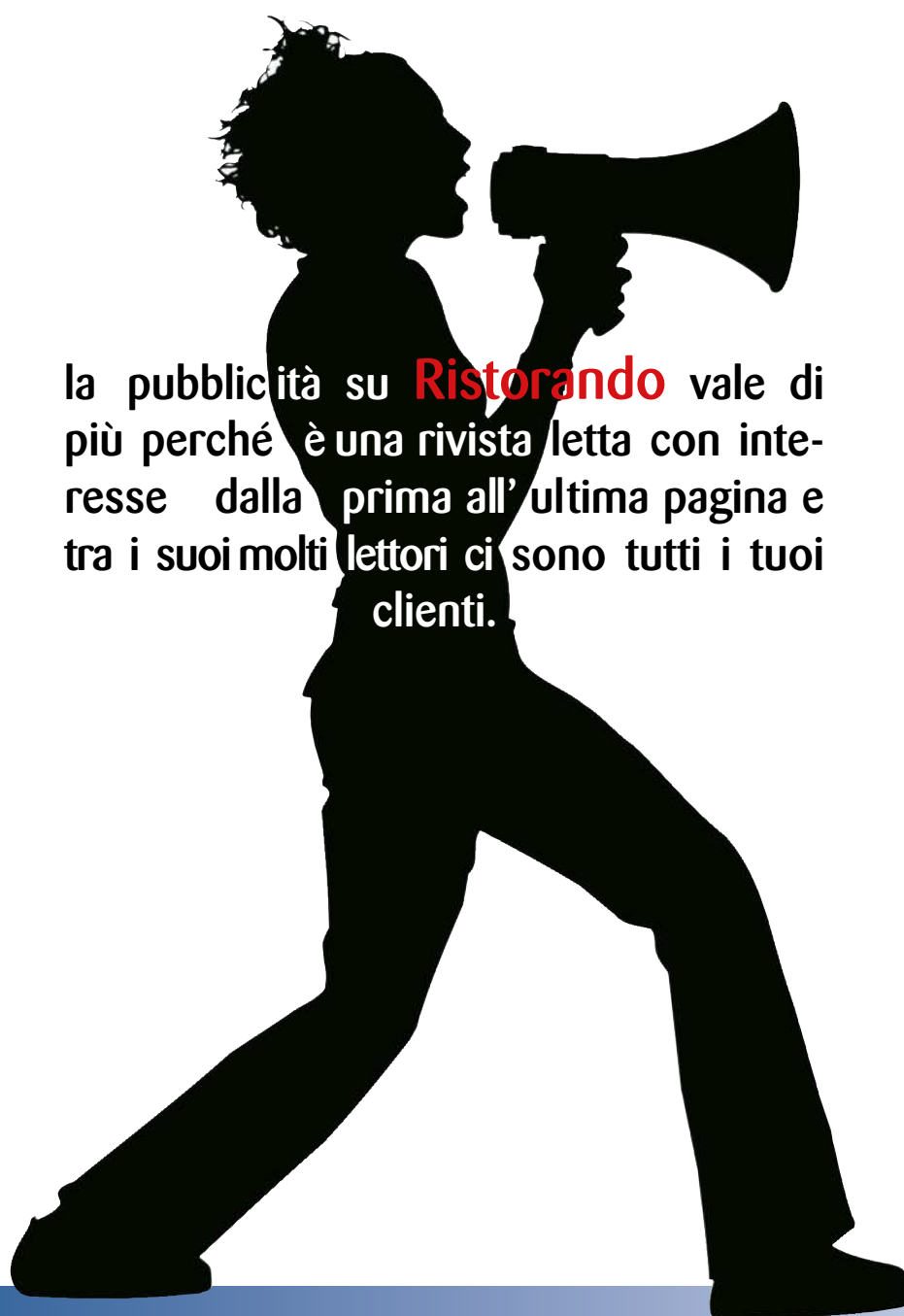
PARTE DEL COLOSSO JDE-JAB HOLDING

David Nathaniel nasce a Milano nel 1966 e studia alla scuola americana e alla Franklin University in Svizzera. La famiglia controlla la **Natex Ingredients**, tra i principali fornitori di materie prime nell'ambito della frutta e verdura. Il socio di maggioranza di **12oz** è **JDE** (Jacobs Douwe Egberts), secondo torrefattore a livello mondiale. JDE, a sua volta, è controllato da **JAB Holding Company**, che racchiude un portafoglio variegato che va dalle scarpe di lusso Bally fino alla ristorazione con Pret a Manger e Bagel Brands. Nathaniel è impegnato anche in un altro business. Attraverso la **NDD** (Natex Dispenser Division) fornisce la prima colazione all'hotellerie di fascia alta.



COMUNICARE È IMPORTANTE

basta scegliere il mezzo giusto



la pubblicità su **Ristorando** vale di più perché è una rivista letta con interesse dalla prima all'ultima pagina e tra i suoi molti lettori ci sono tutti i tuoi clienti.



Percezioni e aspettative

Un'indagine UBM Consulting realizzata per Camst group rivela come per i Comuni italiani siano abitudini alimentari sane ed equilibrate l'aspetto valoriale più alto attribuito alla refezione scolastica

di M.L.A.

Abitudini alimentari sane ed equilibrate è l'aspetto valoriale più alto attribuito alla refezione scolastica da parte dei Comuni italiani: lo rivela un'indagine affidata a **UBM Consulting** da **Camst group** per valutare lo stato dell'arte e i desiderata dei Comuni italiani su prodotti e servizi nelle mense scolastiche. L'indagine è stata condotta su un campione di circa 1.100 Comuni italiani con oltre 10.000 abitanti, attraverso l'invio di questionari e la raccolta di 105 interviste

sul campo (in rappresentanza di poco più di 5 milioni di persone, 8,5% della popolazione italiana).

Gli obiettivi

Sono diverse le intenzioni sottese all'indagine: conoscere gli aspetti valoriali attribuiti alla ristorazione scolastica; individuare sia il menu ideale sia le modalità di servizio preferite per la somministrazione del pasto; verificare l'importanza attribuita all'educazione alimentare e allo spreco in sede scola-

stica; i desiderata in riferimento a servizi accessori (portale, app, etc.); la conoscenza delle società di ristorazione collettiva.

"L'indagine ha registrato un livello di soddisfazione sul servizio di refezione scolastica da parte delle amministrazioni pubbliche mediamente alto nel suo complesso, pari a 8 in una scala da 0 a 10, oltre all'importanza attribuita alla promozione di abitudini alimentari sane ed equilibrate, la refezione è vista come un'occasione di convivialità e socializzazione,

uno strumento per la prevenzione di condizioni di sovrappeso e patologie croniche, oltre che un momento di educazione al gusto e di valorizzazione delle tradizioni locali" ci ha detto **Filippo De Luca**, direttore commerciale Ristorazione Collettiva di Camst (Fig. 1 e 2 a pag. 59).

Le materie prime e i menu preferiti

Dal punto di vista delle materie prime nei menu, sono state rite-

RESISTANCE



2022



FOTO **PETER CATON** TESTO **TOMMASO PERRONE**

Ristorando

Ristorando con **Amani** per garantire casa, scuola e salute ai bambini e alle bambine di strada di Nairobi, Kenya e Lusaka, Zambia.

Una straordinaria narrazione fotografica per comprendere le conseguenze del cambiamento climatico che costringe le popolazioni africane a resistere in condizioni estreme. Questo calendario è dedicato a loro.

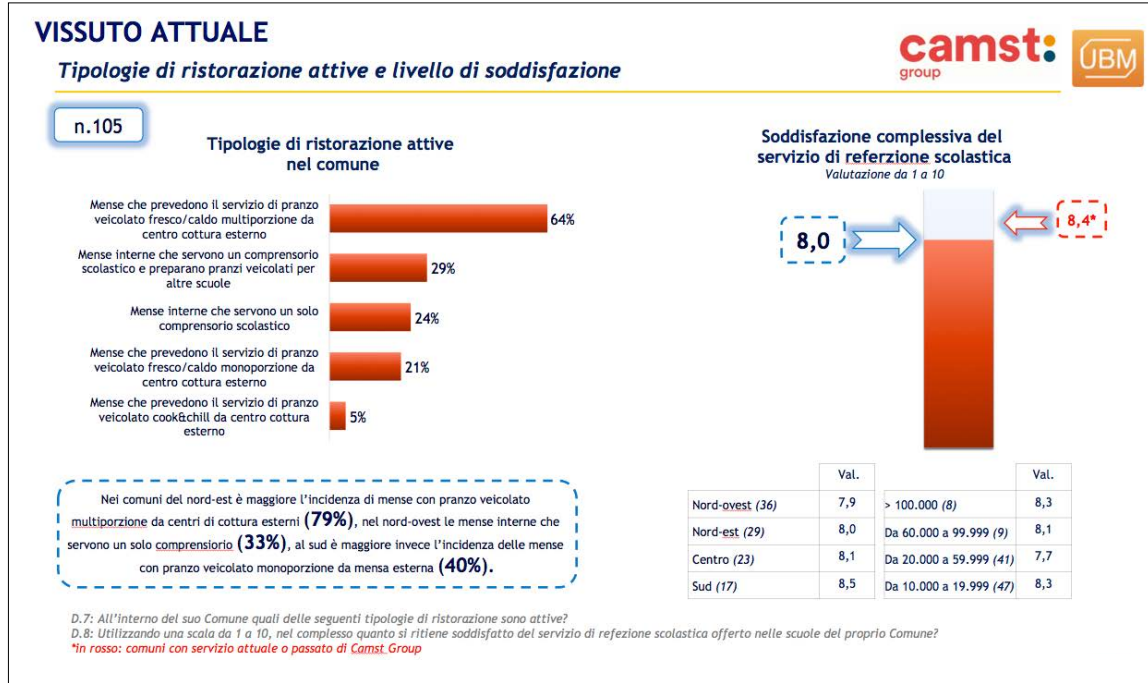


Per ricevere questo calendario
Amani Ong Onlus

Via Tortona 86, 20144 Milano
tel. +39 02 48951149

bottega@amaniforafrica.it
www.amaniforafrica.it

Fig. 1



sensibilità ambientale e sociale, un Comune su due coinvolto nell'indagine ha realizzato o sta portando avanti attività ludico-didattiche di promozione dei temi di educazione alimentare a 360°. Sempre un ente comunale su due ha intenzione di attivare lezioni/incontri sulla sostenibilità ambientale dei principali alimenti e lezioni/incontri sui metodi di produzione dei piatti che vengono consumati in mensa. Per ridurre gli sprechi della cucina invece, tre Comuni su quattro hanno sostituito merende e spuntini con frutta o altre proposte leggere per favorire il consumo del pasto principale. La rilevazione degli scarti e lezioni/incontri sullo spreco alimentare risultano essere le principali at-

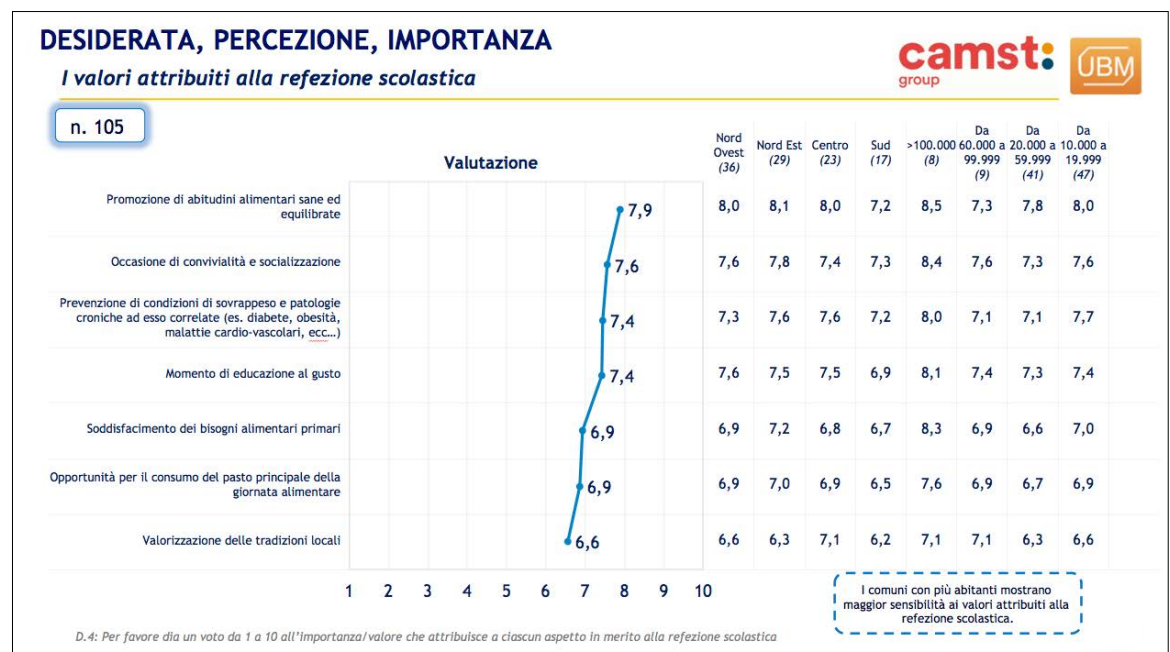
nute maggiormente importanti: frutta e verdura di stagione, carni senza antibiotici e prodotti di origine animale non provenienti da allevamenti intensivi. A seguire, l'utilizzo di prodotti a Km zero, a filiera corta e DOP/IGP e, relativamente alla refezione curata da Camst, di alimenti a basso contenuto di grassi e di prodotti tipici del territorio (Fig. 3 a pag. 61). Relativamente alle tipologie di menu privilegiati, quello strutturato in modo classico, vale a dire costituito da primo, secondo e contorno rimane il più richiesto. È stato registrato un apprezzamento per le giornate con proposte alimentari dedicate alla tradizione locale, a piatti o preparazioni a base di proteine vegetali e, specificatamente ai comuni serviti da Camst, giornate con menu strutturati con piatti unici e preparazioni etniche (Fig. 4 a pag. 61).

Educazione a tavola

Per favorire e contribuire a una migliore educazione alimentare dei giovani, il che rappresenta senz'altro uno degli aspetti più significativi nel compito di un catering specie in un'epoca come la nostra caratterizzata da sprechi, sovrappeso, obesità e crescente



Fig. 2





Ristorando

Da 27 anni, Ristorando è la rivista di riferimento della ristorazione moderna organizzata e un formidabile strumento di aggiornamento per gli operatori del settore oltre che un punto di incontro strategico tra domanda e offerta di servizi di ristorazione

ABBONATI SUBITO

SÌ

- ☐ Desidero abbonarmi per un anno (10 numeri) al prezzo di € 60,00
- ☐ Allego assegno bancario intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
- ☐ Verso l'importo direttamente sul c/c postale n. 36640209 intestato a EDIFIS Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano (Allego Bollettino)

Carta di Credito:

☐ Visa ☐ Mastercard ☐ Eurocard ☐ CartaSi

n° |

Data di scadenza | | | | / | | | | CVV | | |

Data | | | | / | | | | / | | | | Timbro e Firma | | | | | | | | | |

Per una risposta immediata anticipare via fax al n. 02-3451231
o via mail: abbonamenti@edifis.it

Società.....

Nome.....

Cognome.....

Funzione.....

Indirizzo.....

N. Civico.....Cap.....Prov.....

Località.....

Prefisso.....Telefono.....

Fax.....

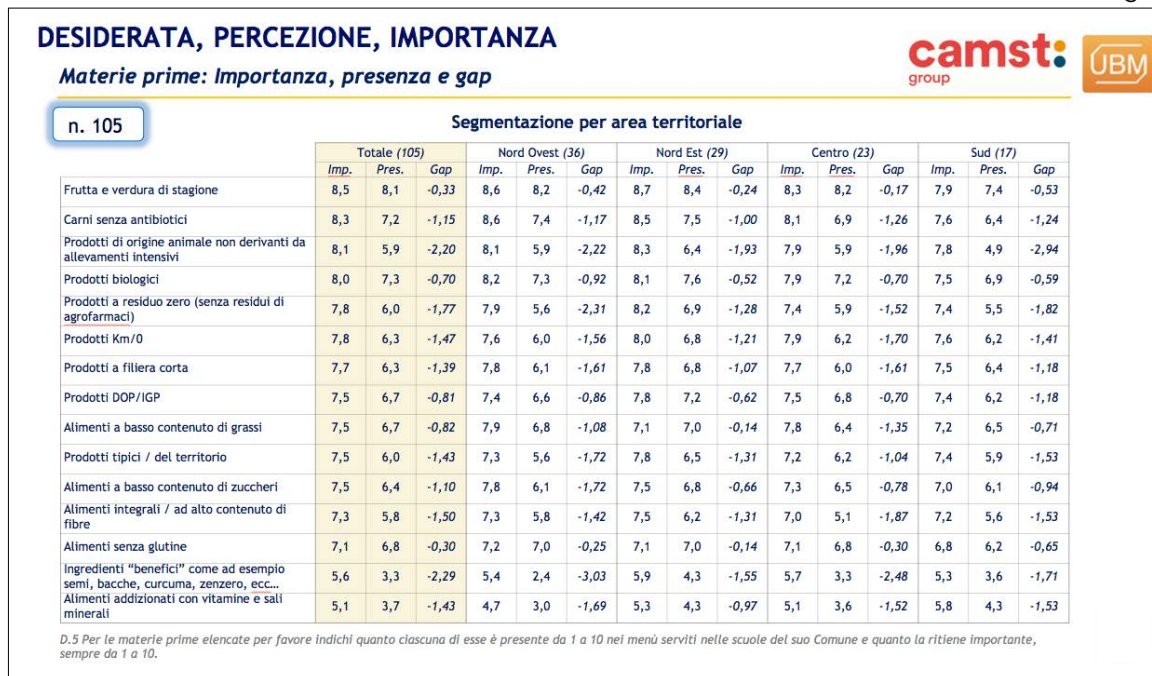
PartitaIVA.....

E-mail:.....

N.B. • La ricevuta del pagamento è valida ai fini fiscali.
• Per richiedere comunque fattura ☐
(Barra la voce interessata con X)



Fig. 3



è una società di ricerche di mercato con sede a Bologna, composta da un team di ricercatori e analisti.

UBM è fortemente innovativa nella costruzione di modelli di analisi statistica ed è un punto di riferimento per l'analisi di mercato, della competitività di imprese, settori, distretti e liere produttive, e per studi approfonditi sull'immagine, sulla reputazione e sulle politiche di marketing strategico ed operativo. Le nostre ricerche di mercato coniugano le esigenze del cliente con un elevato valore metodologico, flessibilità di servizio e una forte attenzione al valore economico del prodotto.

tività avviate per educare alla riduzione degli scarti a tavola nelle mense scolastiche. Infine, le certificazioni e il monitoraggio della soddisfazione del servizio, sono gli elementi ritenuti maggiormente importanti per l'attuale servizio di refezione scolastica.

Camst group

Camst, cooperativa nata nel 1945 a Bologna, ogni giorno, porta la qualità della sua ristorazione nelle scuole, nelle aziende, negli ospedali, nelle fiere, nei centri commerciali e nelle città, in Italia e all'estero (Spagna, Danimarca e Germania, Svizzera).

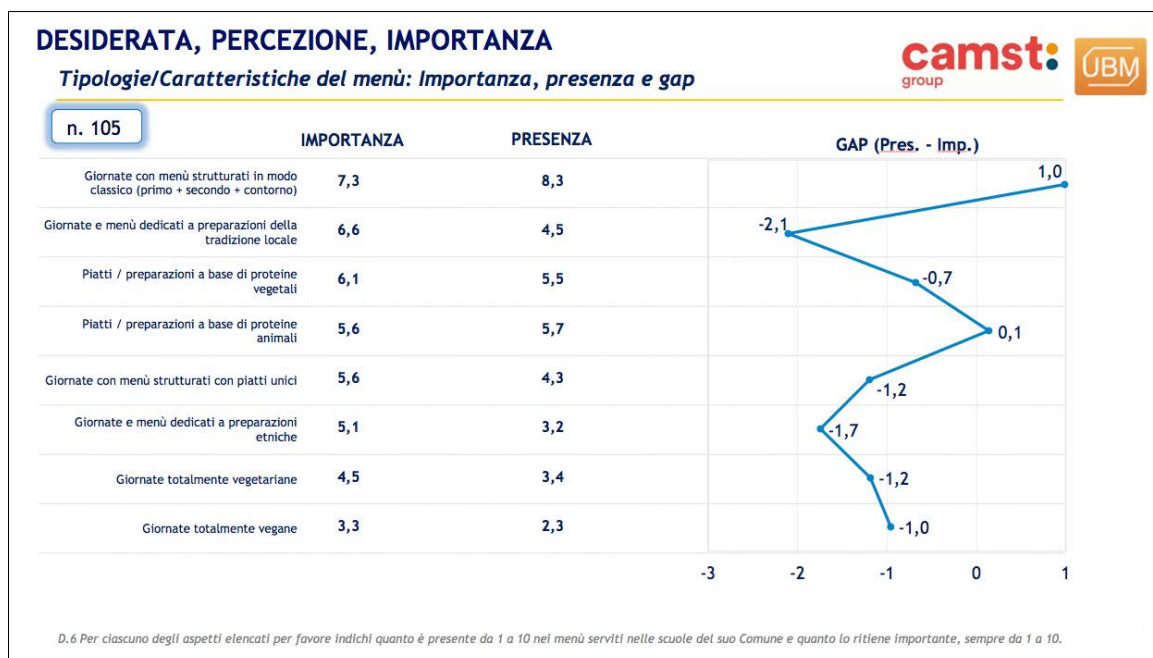
Unisce al gusto della tradizione culinaria italiana, l'innovazione di una realtà moderna, in continua evoluzione: una realtà che ha radici nel passato, ma guarda sempre al futuro. Nel 2017 Camst Group ha ampliato i propri servizi al facility management per offrire ai clienti un servizio completo. Il gruppo ha un fatturato aggregato di 542 milioni di euro, 15 mila dipendenti e 66 milioni di pasti (dati 2020).

UBM Consulting

UBM Consulting, nata nel 1991,



Fig. 4



WWW
ristorando

.EU



Seguici online!

La Borsa delle Imprese della Ristorazione Moderna



Foto di Hoja Studio su Unsplash



Foto di Jonathan Borba su Unsplash

I contratti del mese in Italia pag. 65



Foto di Alex Haney su Unsplash

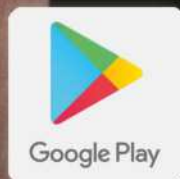


Ristorando. 
collettiva-commerciale moderna
Pocketmags Europe
Gratis · Offre acquisti in-app

Istantanee [iPhone](#) [iPad](#)



**Oggi più che mai
puoi leggerci
dove, come e quando vuoi**



www.edifis.it

Buona **la prima**

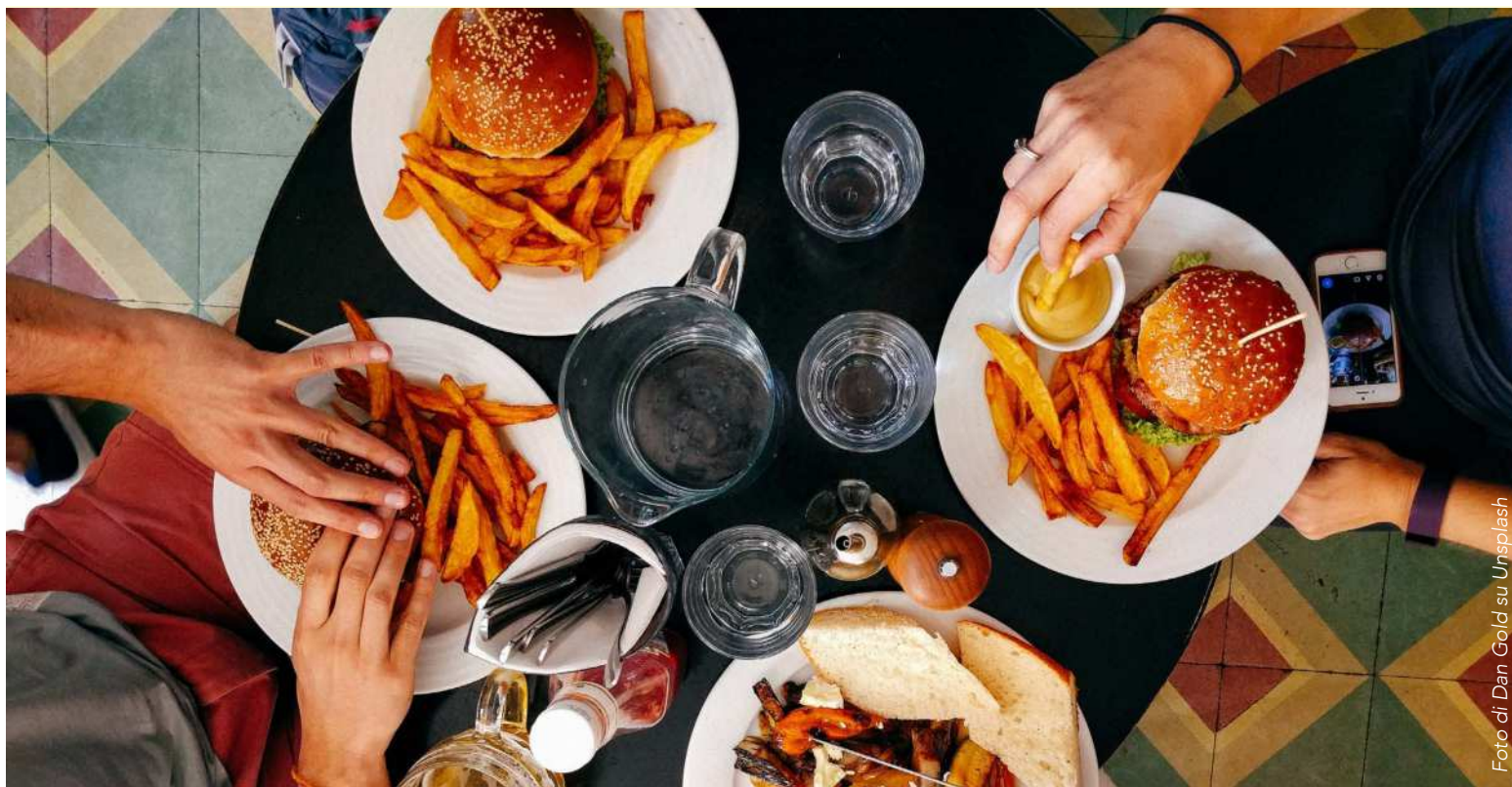


Foto di Dan Gold su Unsplash

Riparte con 42 contratti la nostra rilevazione per l'anno 2022. Sono come sempre le scuole ad aprire la classifica con 21 segnalazioni complessive, 6 in più del bottino di tappa della ristorazione commerciale (8 per i centri commerciali e i centri città e 7 per il mondo delle concessioni).

Seguono con 2 contratti il vending e l'aziendale mentre a 1 troviamo sociosanitaria e buoni pasto.

(Nella prima rilevazione abbiamo censito 42 contratti e 32 imprese)

I NUOVI CONTRATTI DELLE IMPRESE ITALIANE DELLA RISTORAZIONE MODERNA

Questa rilevazione riguarda i contratti acquisiti dalle imprese italiane della ristorazione collettiva, commerciale ed a catena, nonché dalle aziende emettitrici di buoni pasto viene aggiornata per ogni anno solare, e si sviluppa con cadenza mensile. Il censimento si basa su nostre indagini ed interviste e sulle segnalazioni che ci pervengono dalle imprese interessate. Esso costituisce un efficace mezzo per divulgare le proprie attività commerciali e di sviluppo, ed anche un valido strumento di conoscenza del mercato; è tuttavia importante, per chi consulta la rilevazione, ricordare che essa non indica l'entità di ogni singolo contratto, ma solo il numero complessivo dei contratti acquisiti. Ogni azienda può liberamente e periodicamente comunicarci, per e-mail o fax, le acquisizioni effettuate, in maniera da offrire un panorama aggiornato dell'andamento delle proprie acquisizioni.



Foto di Benu Marinescu su Unsplash



MANGIARE FUORI

**LOGICHE E TECNICHE
DELLA RISTORAZIONE ITALIANA:
DALL'OSTERIA AL FAST FOOD**

di Antonio Montanari

Seconda Edizione

- Dalla ricerca del cibo alla produzione alimentare
- Mangiare fuori casa
- L'origine del mondo della ristorazione
- Le categorie della ristorazione
- Gli attori del mondo della ristorazione
- Le parole chiave della ristorazione
- Gli elementi prioritari del sistema ristorazione
- Le specifiche unità produttive del sistema - le attrezzature
- Gli elementi costitutivi del sistema ristorazione
- Le tipologie base del sistema ristorazione
- La ristorazione del terzo millennio



Uno strumento di conoscenza e approfondimento indispensabile per tutti i manager e i professionisti che operano nel mondo della ristorazione.

SI

desidero acquistare il volume
MANGIARE FUORI -
Logiche e tecniche
della ristorazione italiana dall'osteria al fast food

Pagherò l'importo di Euro 40,00 mediante:

- ☐ ASSEGNO BANCARIO - Intestato a **EDIFIS S.p.A.**
- ☐ C/C POSTALE N. 36640209
intestato a **EDIFIS S.p.A.**
Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
- ☐ CARTA DI CREDITO (specificare)
☐ VISA ☐ CARTA SÌ ☐ MASTERCARD ☐ EUROCARD
N.

scadenza:

data

timbro e firma:

Nome

Cognome

Azienda

Qualifica

Via..... n.

Città..... (.....)

CAP

Prefisso..... Tel.

Fax

Partita IVA

email

NB: Per richiedere fattura barrare questa casella. ☐

Spedire a: EDIFIS SpA - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
Per una risposta immediata, anticipare via fax al n. 02 3451231

Ristorazione collettiva



Case di riposo, Case Protette, Servizi assistenziali

DUSSMANN SERVICE
♦ COMUNE DI PADOVA

1 contratto



Mense Aziendali

LADISA SRL
♦ ACI INFORMATICA S.P.A.

1 contratto

DUSSMANN SERVICE
♦ AZIENDA USL DELLA VALLE D'AOSTA

1 contratto



Scuole Pubbliche

BIORISTORO ITALIA SRL
♦ COMUNE DI GENZANO DI ROMA

1 contratto

BRIN MENSE GESTIONE RISTORAZIONE COLLETTIVA

1 contratto

♦ COMUNE DI GROTTAGLIE (TA)

CAMST

1 contratto

♦ COMUNE DI RIVA LIGURE (IM)

CATERING SRL

1 contratto

♦ COMUNE DI SAN PIERO PATTI

CIRFOOD

2 contratti

♦ COMUNE DI URAGO D'OGGIO (BS)
♦ COMUNE DI LOIANO (BO)

**COOPERATIVA SANT'ANSELMO SOCIETÀ
COOPERATIVA SOCIALE ONLUS**

1 contratto

♦ COMUNE DI VIGASIO (VR)

DUSSMANN SERVICE

3 contratti

♦ COMUNE DI PAVIA
♦ COMUNE DI PADOVA
♦ COMUNE DI ERBUSCO (BS)

GUSTO & CO. SOC. COOP

1 contratto

♦ COMUNE DI SERINO (AV)

ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI SRL

1 contratto

♦ COMUNE DI SORA (FR)

LADISA

1 contratto

♦ COMUNE DI SAN SEVERO (FG)

LUCENTE SOC. COOP. SOCIALE

1 contratto

♦ COMUNE DI GABICCE MARE

MARGHERITA SOCIETÀ COOPERATIVA SOCIALE

1 contratto

♦ COMUNE DI POPPI (AR)

RISTORAZIONE COSTANZI

1 contratto

♦ COMUNE DI ERBUSCO (BS)

RISTOR PLUS S.R.L.

1 contratto

♦ COMUNE DI GROTTAGLIE (TA)

SANTA LUCIA SOC. COOP. SOLIDARIETÀ ONLUS

1 contratto

♦ COMUNE DI CASTELVERDE (CR)

SERCAR RISTORAZIONE COLLETTIVA S.P.A.

1 contratto

♦ COMUNE DI ALBINO (BG)

SERENISSIMA RISTORAZIONE

1 contratto

♦ COMUNE DI SAN CESARIO SUL PANARO

S.I.R. SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE SRL

1 contratto

♦ COMUNE DI LALLIO (BG)

Ristorazione commerciale

Esercizi Urbani e Centri Commerciali

AL MERCATO STEAKS & BURGERS ♦ MILANO VIA ALVAR AALTO	1 contratto
ALICE PIZZA ♦ MILANO VIA SOLARI ♦ MILANO VIA TORINO	1 contratto
DOPPIO MALTO ♦ MILANO PORTA ROMANA	1 contratto
QUORE ITALIANO ♦ MILANO VIA DANTE	1 contratto
KFC ♦ CENTRO COMMERCIALE METROPOLIS, RENDE (CS) ♦ NAPOLI RIONE CARITÀ	2 contratti
PESCARIA ♦ TRENTO LARGO CARDUCCI	1 contratto
POKÈFLASH ♦ GROSSETO	1 contratto
VIKY'S BURGER QUEEN ♦ MILANO	1 contratto

Buoni pasto elettronici e card

EDENRED ♦ PENSPLAN CENTRUM S.P.A	1 contratto
--	-------------



Vending

GE.D.A.M. SERVICE S.R.L. ♦ 52 DISTRIBUTORI AUTOMATICI PER I P.P.OO. "CIVICO E G. DI CRISTINA" A.R.N.A.S, PALERMO	1 contratto
--	-------------



Siti in Concessione

12OZ ♦ AEROPORTO ORIO AL SERIO (BG) ♦ AEROPORTO FIUMICINO (RM) ♦ TORINO	3 contratti
EG GROUP ♦ AREE DI SOSTA FROSSASCO, MONCALIERI E SETTIMO TORINESE (TO)	3 contratti
MY CHEF ♦ MILANO SERRAVALLE, AREA DI SERVIZIO CASCINA GOBBA EST - SERVIZI NON OIL	1 contratto

Contratti monitorati al 28 Febbraio 2022

I Segmenti della ristorazione moderna	
Case di cura, cliniche, ospedali	0
Case di riposo, case protette, servizi assistenziali	1
Totale Ristorazione Collettiva	1
Forze armate e corpi militarizzati	0
Ristoranti aziendali ed interaziendali	2
Totale Ristorazione Collettiva Aziendale	2
Scuole private ed Università	0
Scuole pubbliche	21
Totale Ristorazione Scolastica	21
Esercizi urbani e centri commerciali	8
Esercizi in concessione	7
Totale Ristorazione Commerciale	15
Imprese e società private	0
Enti pubblici	0
Buoni pasto elettronici e card	1
Totale Buoni pasto	1
Vending	2
Totale contratti monitorati	42



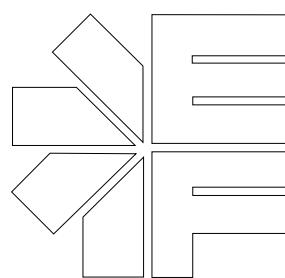
Foto di Sam Moqadam su Unsplash

Società monitorate al 28 Febbraio 2022

1	12OZ	
2	AL MERCATO STEAKS & BURGERS	
3	ALICE PIZZA	
4	BIORISTORO ITALIA	
5	BRIN MENSE GESTIONE RIST. COLLETTIVA	
6	CAMST	
7	CATERING	
8	CIRFOOD	
9	COOPERATIVA SANT'ANSELMO SOCIETA' COOPERATIVA SOCIALE ONLUS	
10	DOPPIO MALTO	
11	DUSSMANN SERVICE	
12	EDENRED	
13	EG GROUP	
14	GE.DA.M. SERVICE	
15	GUSTO & CO. SOC. COOP	
16	KFC	

17	ITACA RISTORAZIONE E SERVIZI	
18	LADISA	
19	LUCENTE SOC. COOP. SOCIALE	
20	MARGHERITA SCOIETA' COOP. SOCIALE	
21	MY CHEF	
22	PESCARIA	
23	POKE'FLASH	
24	QUORE ITALIANO	
25	RISTOR PLUS	
26	RISTORAZIONE COSTANZI	
27	SANTA LUCIA SOC. COOP. SOLIDARIETA' ONLUS	
28	SERENISSIMA RISTORAZIONE	
29	SERCAR RISTOR. COLLETTIVA	
30	S.I.R. SISTEMI ITALIANI RISTORAZIONE	
31	TRINACRIA VENDING	
32	VIKY'S BURGER QUEEN	

Le nostre riviste al servizio del tuo business



EDIFIS



**Edifis srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano
Tel. 02 3451230 - Fax 02 3451231**



BARTÙ
Bar | Alberghi | Ristoranti



www.edifis.it

L'Italia *della* Ristorazione

**Annuario
2020**

I nomi di tutti i dirigenti e i dati di fatturato degli ultimi anni delle aziende che operano nel nostro mercato, suddivise per categorie:

- Ristorazione collettiva
- Ristorazione commerciale e in concessione
 - Ristorazione on board
 - Buoni pasto
 - Associazioni di categoria
- Società di consulenza e progettazione
 - Foodservice equipment
 - Appuntamenti fieristici

acquista la tua copia!

per info:
Edifis Srl - Tel. 02 3451230
pubblicita@edifis.it



Le croccanti fette Single Schär senza glutine ora sono in formato monoporzione



Schär Foodservice, la divisione dedicata al canale Ho.Re.Ca. del Gruppo Dr. Schär, presenta le Fette Biscottate Single Schär: due fette croccanti confezionate in un comodo formato monoporzione, senza glutine, senza frumento, senza lattosio e senza olio di palma, perfette per la colazione, come snack o in accompagnamento ai pasti. Dalla tipica e riconoscibile forma e dall'invitante color ambra-

to le Fette Biscottate Single Schär presentano un sapore neutro e omogeneo, che le rende perfette sia nel classico abbinamento burro e marmellata sia con altre farciture salate.

Grazie alla confezione monoporzione, mantengono a lungo la freschezza e sono ideali per Hotel, B&B, mense e catering e per il canale dell'Healthcare che potranno così servire con praticità un alimento gustoso e sicuro alla propria clientela celiaca e sensibile al glutine, senza il rischio di contaminazioni.

Le Fette Biscottate Single Schär presentano una shelf life di 9 mesi e sono disponibili in un multipack da 25 monoporzioni da 21,6 gr.

www.schaer-foodservice.it



"Lombate frollate", un progetto Cattel per chef e ristoratori



Dopo l'adozione della tecnica di surgelamento rapido di prodotti freschi già porzionati (IQF) e del servizio di disosso della carne, **Cattel SpA** ha trovato un altro modo di agevolare chef e ristoratori: il nuovo progetto "Lombate frollate", che consiste nel fornire loro un'ampia varietà di lombate già frollate (pronte per essere cucinate e a prezzo di mercato), evitando loro

l'acquisto di un maturatore e i lunghi tempi di lavorazione/maturazione.

L'assortimento comprende 20 tipologie di prodotto tra cui la Braslavia, la Galiziana, la Barrosa, la Rubia Gallega, la Rossa Danese, e ancora la Swami, Hereford, Sashi, Sashi Choco, oltre alle varietà Irlandese, Polacca e Scozzese (Highland).

Forte dell'apprezzamento già in fase di start-up del progetto, ora Cattel sta pensando a un marchio ad-hoc per contraddistinguere la linea, un'eccellenza che si inserisce in un programma ampio e articolato studiato per offrire al cliente prodotti di qualità ad alto contenuto di servizio.

www.cattel.it

https://www.youtube.com/watch?v=0_us4c0bOyg



Ischia cornetto doppio impasto da Cupiello

Ischia è il nuovo cornetto dall'estetica altamente innovativa: la sua forma, bellissima, più corta e più panciuta, fa sì che la farcitura venga esaltata al massimo e lo rende ideale per le Pasticcerie.

È caratterizzato da un doppio impasto composto da pasta sfoglia sovrapposta alla pasta brioche che lo rende fragrante e morbido allo stesso tempo. Bellissimo così com'è... strabiliante con il tuo tocco! Ideale per essere lucidato, decorato o farcito post-cottura. Cornetto prelievitato surgelato pronto da cuocere, con lievito MadreCupiello fresco e con lievitazione naturale di 26 ore, che lo rende, più buono e friabile più a lungo. Il lievito MadreCupiello fresco è custodito e rinfrescato nella casa MadreCupiello.

Senza aromi artificiali, senza coloranti artificiali, senza grassi idrogenati, senza Organismi Geneticamente Modificati. RSPO SG.

www.cupiello.com



ALIMENTI SENZA GLUTINE



Dr. Schär S.p.A.

Winkelau 9
39014 Postal (BZ) Italia
Tel. +39 0473 293595
Fax +39 0473 293649
foodservice.it@drschaer.com
www.schaer-foodservice.it

ARREDAMENTO E PROGETTAZIONE



Augusto S.r.l.

Centro direzionale Zipa
Viale dell'Industria, 5
60035 Jesi (AN)
Tel. +39 0731 288021
Fax +39 0731 288024
info@augustocontract.com
www.augustocontract.com



Costa Group

Via Valgraveglia Z.A.I.
19020 Riccò del Golfo (SP)
Tel. +39 0187 769309
Fax +39 0187 769308
info@costagroup.net
www.costagroup.net



Ifi S.p.A.

Strada Selva Grossa, 28/30
61010 Tavullia (PU)
Tel. 0721 20021
info@ifi.it - www.ifi.it



Spazio Futuro

Via Carlo Bazzi, 49
20141 Milano
Tel. +39 02 89540444/6050
Fax +39 02 8435450
www.spaziofuturo.it

ASSOCIAZIONI DI CATEGORIA

AIGRIM

Associazione Imprese
Grande Ristorazione
Multilocalizzate

AIGRIM

Sede Operativa
Viale Coni Zugna, 71
20144 Milano
Tel. +39 02 38292046
segreteria@aigrim.it
Sede Legale
Piazza G. G. Belli, 2 - 20153 Roma



Angem

Via Barozzi, 7 - 20122 Milano
Tel. +39 02 76281537
Fax +39 02 76280761
info@angem.it
www.angem.it



ANSEB

Piazza Belli, 2
00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@anseb.com
www.anseb.it



CNCC

Via Orefici, 2 - 20123 Milano
Tel. +39 02 83412120
Fax +39 02 83412129
info@cncc.it - www.cncc.it



Efcem Italia

Via Matteo Bandello, 5
20123 Milano
Tel. +39 02 43518826
efcemitalia@efcemitalia.it



FIPE

Piazza Belli, 2 - 00153 Roma
Tel. +39 06 583921
Fax +39 06 5818682
info@fipe.it - www.fipe.it



Legacoop

Via G.A. Guattani, 9 - 00161 Roma
Cell. +39 329 0351621
Tel. +39 06 84439300/521
legacoop.produzione-servizi.coop

AUTOMAZIONE BEVANDE E ALIMENTI



General Beverage S.r.l.

Zona Industriale P.I.P. Loc. Novoleto - 54027 Pontremoli (MS)
Tel. +39 0187 832305
Fax +39 0187 461368
numero verde: 800 850 900
info@iobevo.com - www.iobevo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COLLETTIVA



Camst Group

Via Tosarelli, 318 - 40055 Villanova di Castenaso (BO)
Tel. +39 051 6017411
Fax +39 051 6053502
www.camstgroup.com



CIRFOOD

Via Nobel, 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com - www.cirfood.com



Compass Group Italia S.p.A.

Via Scarsellini, 14 - 20161 Milano
Tel. +39 02 480531
Fax +39 02 48053322
www.compass-group.it



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it



Elior Ristorazione S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A - 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@elior.com
www.elior.it



Gemeaz Elior S.p.A.

Via Privata Venezia Giulia, 5/A 20157 Milano
Tel. +39 02 390391
Fax +39 02 39000041
info@gemeaz@gemeaz.it
www.gemeaz.it



I.F.M. Industrial Food Mense S.p.A.

Centro Direzionale Napoli - isola F4
Via G. Ponzio
80143 Napoli - Italia
Tel. +39 081 7341271
Fax +39 081 7347004
ifm@ifmropa.com
www.ifmropa.com



Markas S.r.l.

Via Macello, 61
39100 Bolzano
Tel. +39 0471 307611
Fax +39 0471 307699
it@markas.com
www.markas.com



Pellegrini S.p.A.

Via Lorenteggio, 255
20152 Milano
Tel. +39 02 89130.1
Fax +39 02 89125922
www.gruppopelegrini.it



Serenissima Ristorazione S.p.A.

Via della Scienza, 26/A
36100 Vicenza
Tel. +39 0444 348400
Fax +39 0444 348384
ufficioclienti@grupposerenissima.it
www.grupposerenissima.it



Sodexo Italia S.p.A.

Via Fratelli Gracchi, 36
20092 Cinisello Balsamo (MI)
Tel. +39 02 69684.1
Fax +39 02 6887169
www.sodexo.com

AZIENDE DI RISTORAZIONE COMMERCIALE IN CONCESSIONE



Autogrill S.p.A.

Centro Direzionale Milanofiori Strada 5, Palazzo Z
20089 Rozzano (MI)
Tel. +39 02 48263250
www.autogrill.com



Burger King Restaurants Italia S.r.l.

Strada 1, Palazzo F4
Milanofiori - 20090 Assago (MI)
Tel. +39 02 32061235
franchising@burgerking.it
www.burgerking.it



Chef Express S.p.A.

Sede Legale e Amministrativa:
Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754711
Fax +39 059 754700

Sede di Roma:
Via Giolitti, 50 - 00185 Roma
Tel. +39 06 477851 - 059 754711
Fax +39 06 4814429 - 059 754700
info@chefexpress.it



CIRFOOD RETAIL

Via Nobel, 19
42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
Fax +39 0522 530100
info@cirfood.com
www.cirfood.com



MyChef - RISTORAZIONE COMMERCIALE S.p.A.

Centro Uffici San Siro
Via Caldera, 21 - Blu Building - Ala 3 - 2° floor
20153 Milano
Tel. +39 02 3909951
Fax +39 02 3552234
info.italia@areas.com
www.it.areas.com



Roadhouse Grill Italia S.r.l.

Via Modena, 53
41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 754811
Fax +39 059 754493
info@roadhousegrill.it

BUONI PASTO



Yes Ticket S.r.l.

Sede legale:
Via Quintino Sella, 3
20121 Milano

Sede operativa:
Via Ippolito Rosellini, 12
20124 Milano
Tel. +39 02 87178975
Fax +39 02 21115319
clienti@yes-ticket.it - www.yes-ticket.it



Ticket Restaurant Edenred Italia S.r.l.

Via Giovanni Battista Pirelli, 18
20124 Milano
Tel. +39 02 269041
www.ticketrestaurant.it

CARRELLI TERMICI



Rational Production S.r.l.

Via L. Galvani, 7/H - 24061 Albano S. Alessandro (BG)
Tel. +39 035 4521203 - Fax +39 035 4521983
info@rationalproduction.com
www.rationalproduction.com

CENTRALI D'ACQUISTO



Dac S.p.A.

Via G. Marconi, 15 - 25020 Flero (BS)
Tel. +39 030 2568211 - Fax +39 030 2568340
info@gruppodac.eu
www.gruppodac.eu



Marr S.p.A.

Via Spagna, 20 - 47900 Rimini
Tel. +39 0541 746111 - Fax +39 0541 742422
www.marr.it



METRO Italia Cash and Carry S.p.A.

Via XXV Aprile, 25 - 20097 San Donato Milanese (MI)
Tel. dall'Italia: 800.800.808
Tel. dall'estero: +39 091 9885422
servizio.clienti@metro.it - www.metro.it

CONSULENZE



Progetta sc

Via Lodovico il Moro, 159 - 20142 Milano
Tel. +39 02 89122357 - Fax +39 02 89122247
progetta@progetta.mi.it
www.progetta.mi.it

CONTENITORI E PIATTI IN ALLUMINIO



Contital S.r.l.

Via Appia km 192.358 - 81052 Pignataro Maggiore (CE) - Italia
Tel. +39 0823 873-111
sales@contital.com
www.contital.com

CUCINE PROFESSIONALI



Ali Group S.r.l.

Via Gobetti 2a - Villa Fiorita
20063 Cernusco sul Naviglio (MI)
Tel. +39 02 921991 - Fax +39 02 92142490
info@aligroup.it - www.aligroup.it



Angelo Po Grandi Cucine S.p.A.

s/s Romana Sud, 90 - 41012 Carpi (MO)
Tel. +39 059 639411 - Fax +39 059 642499
www.angelopo.it



Electrolux Professional S.p.A.

V.le Treviso, 15 - 33170 Pordenone
Tel. +39 0434 3801 - Fax +39 0434 385854
www.electroluxprofessional.com



The Freshness Company®

Irinox S.p.A.

Via Madonna di Loreto, 6/B - 31020 Corbanese di Tarzo (TV)
Tel. +39 0438 5844 - Fax +39 0438 5843
irinox@irinox.com - www.irinioxprofessional.com



ITALIAN CULINARY ART

Lotus S.p.A.

Food Catering Equipment

Via Calmaor, 46 - 31020 San Vendemiano (TV)
Tel. +39 0438 778020 - Fax +39 0438 778277
lotus@lotuscookers.it - www.lotuscookers.it
LOTUS APP per iPhone e Android: Lotus S.p.A.

DETERGENZA E DISINFEZIONE



Allegrini S.p.A.

Vicolo Salvo D'Acquisto, 2 - 24050 Grassobbio (BG)
Tel. +39 035 4242111 - Fax +39 035 526588
info@allegrini.com - www.allegrini.com

EQUIPMENT



Robot Coupe Italia S.r.l.

Via Stelloni Levante, 24/a - 40012 Calderara di Reno (BO)
Tel. +39 051 726 810 - www.robot-coupe.com/ita/it

FOOD & BEVERAGE



Barilla FoodService

Soluzioni ristorative

Via Mantova, 166 - 43122 Parma
Numero verde 800388288 - www.barillafoodservice.it



L'ORTOFRUTTA FRESCA PER LA RISTORAZIONE ITALIANA

Conor S.r.l.

Via delle viti 5 - 40127 Bologna
Tel. +39 051 9941111 - Fax +39 051 19936796
info@conorsrl.it - www.conorsrl.it



Cupiello

Riviera di Chiaia, 215 - 80100 Napoli - Italy
Tel. +39 081 400816 - Fax +39 081 419059
gestioneclienti@fresystem.com - www.cupiello.com



General Fruit S.r.l.

Via Torquato Tasso, 8/10 - 24060 Credaro (BG)
Tel. +39 035927030 - www.generalfruit.com



INALCA S.p.A.

Via Spilamberto, 30/c - 41014 Castelvetro di Modena (MO)
Tel. +39 059 755111 - Fax +39 059 755517
info@inalca.it



OROGEL S.p.A.

Via Dismano, 2600 - 47522 Cesena (FC)
Tel. +39 0547 3771 - Fax +39 0547 377016
www.oringel.it - info@oringel.it



PRODUTTRICE DI PASTA FRESCA SURGELATA,
SUGHI SURGELATI E PIATTI PRONTI SURGELATI

Surgital S.p.A.

Via Bastia, 16/1 - 48017 Lavezzola (RA)
Tel. +39 0545 80328 - Fax +39 0545 80121
surgital@surgital.it - www.surgital.com

FORNI



LAINOX Ali Group S.r.l.

Via Schiaparelli, 15 Z.I. S. Giacomo di Veglia
31029 Vittorio Veneto (TV) Italy
Tel. +39 0438 9110 - Fax +39 0438 912300
lainox@lainox.it - www.lainox.it



Rational Italia S.r.l.

Via Impastato, 22 - 30174 Mestre (VE)
Tel. +39 041 8629050 - Fax +39 041 5951845
info@rational-online.it - www.rational-online.com



Tecnoinox S.r.l.

Via Torricelli 1 - 33080 Porcia (PN)
Tel. +39 0434 920110
info@tecnoinox.it - www.tecnoinox.it

FORNITURE PER RISTORAZIONE



Five Services

Via G. Amendola, 5 - 20037 Paderno Dugnano (MI)
Tel. +39 02 91476767
info@fiveservices.com - www.fiveservices.com



Metaltecnica Produzioni S.r.l.

Via Rossini, 26 - 47814 Bellaria (RN)
Tel. 0541 347852 - Fax 0541 347660
www.metaltecnica.com - info@metaltecnica.com



S.D.S. Società di Distribuzione & Servizi S.r.l.

Via Campo dei Fiori, 13 - 20014 Vittuone (MI)
Tel. +39 02 37074200 - Fax +39 02 37074208
sds@grupposds.it - www.grupposds.it

GESTIONE INTEGRATA RIFIUTI



Adriatica Oli S.r.l.

C.da Cavallino, 39 - 62010 Montecosaro (MC)
Tel. +39 0733 229080 - Fax +39 0733 229093
segreteria@adriaticaoli.com - www.adriaticaoli.com

LAVAGGIO STOVIGLIE E PENTOLE



Comenda Ali Group S.r.l.

Via Galileo Galilei, 8 - 20060 Cassina de' Pecchi (MI)
Tel. +39 02 95228.1 - Fax +39 02 9521510
www.comenda.eu



Meiko Italia S.r.l.

Via Emilio Gallo 27 - Z.I. Chind - 10034 Chivasso (TO)
Tel. +39 011 91902 r.a. - Fax +39 011 9196215
info@meikoitalia.it - www.meiko.it

NOLEGGIO POSATE



Clearkit

Via Giovanni Donghi, 8 - 20811 Cesano Maderno (MB)
Tel. 0362 687643
commerciale@clearkit.it - www.clearkit.it

SERVIZI INTEGRATI



Dussmann Service S.r.l.

Via Papa Giovanni XXIII, 4 scala A
24042 Capriate S. Gervasio (BG)
Tel. +39 02 91518 - Fax +39 02 91518499
www.dussmann.it

SERVIZI WELFARE



Valyouness S.r.l.

Via Nobel 19 - 42124 Reggio Emilia
Tel. +39 0522 53011
www.valyouness.it - info@valyouness.it

SOFTWARE



Axios Informatica S.r.l.

Via Bach, 7 - 36061 Bassano del Grappa (VI)
Tel. +39 0424 227546 - Fax +39 0424 586284
commerciale@axios.it - www.axiosinformatica.it



Etica Soluzioni S.r.l.

Sede legale: Via dei Solteri 76, Trento
Sede operativa: Via Francesco Croce 65, Abbiategrasso (MI)
P.IVA 02344210220
Tel. +39 0461/1862014
info@eticasoluzioni.com
divisione.commerciale@eticasoluzioni.com
www.eticasoluzioni.com



Gamba Bruno S.p.A.

Via Gambirasio, 12 - 24126 Bergamo (BG)
Tel. +39 035 274011 - Fax +39 035 221441
info@gambabruno.it - www.gambabruno.it



Medimatica S.r.l. Unipersonale

Contrada San Giovanni, 75 - 64010 Colonnella (TE)
Tel. +39 0861 761931
info@mealmanager.it - www.mealmanager.it



Mytec S.r.l.

Sede operativa

Via Caravaggio 28/A - 20832 Desio (MB) Italy
Tel. +39 039 9466362
info@mytec.com - www.mytec.com



Progetti e Soluzioni S.p.A.

Direzione Generale

Via Ugo La Malfa 1 - 20063 Cernusco s/N (MI)
Centralino Tel. 02 45074323

Sede Legale

Via Nicolai 8 - 70123 Bari - Tel. 080 2149 474
www.progettiesoluzioni.it - info@progettiesoluzioni.it



Ristocloud Group Srl

Via Risorgimento 20 - 37019 Peschiera del Garda (VR)
Tel. +39 045 6402881 - Fax +39 045 6402872
info@ristocloudgroup.com - www.ristocloudgroup.com



Serenissima Informatica SpA

Via Croce Rossa, 5 - 35129 Padova (PD)
Tel. +39 049 829 1111 - Fax +39 049 829 1209
info@serinf.it - www.serinf.it



Zucchetti

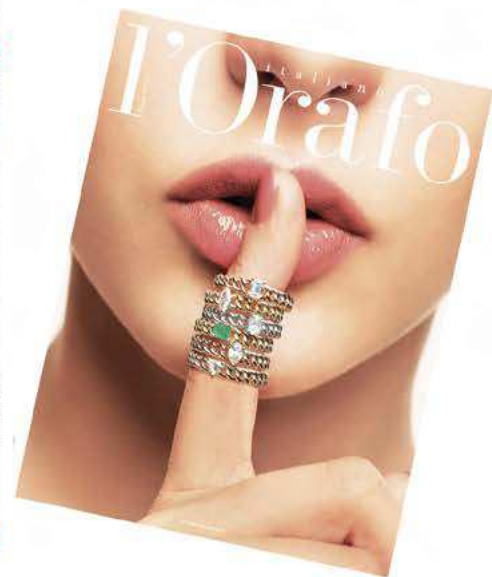
Via Solferino, 1 - 26900 Lodi
Tel. +39 0371 594 2444
market@zucchetti.it - www.zucchetti.it

VENDING



Ristovending Srl

Viale Leonardo da Vinci, 20 - 36100 Vicenza
Tel. 0444 914545
info@ristovending.it - www.ristovending.it





**Le nostre riviste
sono disponibili anche
per smartphone,
tablet e pc!**

Edifis Srl - Viale Coni Zugna, 71 - 20144 Milano - www.edifis.it

Le api, l'arte, la città

di Claudia Zanfi
Corponove edizioni
Euro 12

Alveari Urbani nasce dal progetto internazionale GREEN ISLAND, ideato dalla storica dell'arte e del paesaggio Claudia Zanfi. Già vincitore di vari premi tra cui Premio Expo in Città per la salvaguardia della biodiversità urbana e Premio Timberland per la creatività, Alveari Urbani è un movimento culturale, una costellazione di temi e di interessi. *Le api, l'arte, la città* viene presentato per la prima volta in Italia con l'obiettivo di sviluppare azioni di divulgazione e sensibilizzazione nell'ambito della tutela ambientale e dello sviluppo eco-sostenibile, quali patrimonio culturale ed educativo necessario alle generazioni future. Riflettere sui molti modi di praticare l'apicoltura urbana può guidarci verso la salvaguardia del nostro territorio. Questo manuale è dedicato alle api e al loro speciale dialogo con il mondo dell'arte, del design, dell'architettura. Ma soprattutto è dedicato alla salvaguardia della biodiversità urbana e degli impollinatori, con indicazioni utili sia per la realizzazione di arnie in giardino, sia per la semina di fioriture mellifere, verso città più verdi e sostenibili.



Street food palermitano

di Gaetano Basile
Flaccovio Dario Editore
Euro 15



Il cibo di strada palermitano è un universo popolato da mille sapori, profumi e colori che perpetuano la memoria della nostra gastronomia, dall'antichità ai giorni nostri. Gaetano Basile ci conduce per le vie dei quartieri popolari, dove lo street food tradizionale continua a essere indiscusso e invincibile baluardo della nostra identità gastronomica. Sia che parli di panelle o cazzilli, arancine o guastedde ca meusa, frittola, rascature o biancomangiare, l'autore ci fa vivere l'affascinante storia della cucina locale, ce ne affida i segreti e le preziose ricette, alcune delle quali con tanto di tabelle nutrizionali, completando il tutto con suggerimenti per il buon bere. Viva lo street food palermitano! Viva queste pietanze democratiche, adatte a tutti e a portata di qualsiasi tasca che, mentre deliziano il nostro palato, riaffermano in maniera continua e intramontabile i valori culturali ed etnici della nostra cucina tradizionale.

Ristorando
È sfogliabile anche online!
www.ristorando.eu



GRUPPO MARR
MARR
 dove c'è ristorazione

DIETRO UN GRANDE CHEF C'È SEMPRE UN GRANDE PARTNER

myMARR, LA NUOVA APP
 che ti permette di essere sempre in contatto
 con il mondo MARR.

SCARICA ORA!



IL MEGLIO DELLE ECCELLENZE LOCALI

con Della Nostra Terra, una selezione
 approfondita di prodotti tipici e specialità.



Prodotti DOP



Prodotti IGP



Prodotti PAT



MARR SpA - via Spagna 20 - 47921 Rimini, tel. +39 0541746111 - marr@marr.it - www.marr.it

* Per informazioni sulla sostenibilità di MARR è possibile consultare il sito www.marr.it alla sezione Sostenibilità



**Il gusto
di mangiar
sano.**



**Come a
casa tua.**

A casa come a scuola, è sempre più importante costruire sin da piccoli un rapporto responsabile con il cibo che passi attraverso un'alimentazione corretta e il rispetto delle materie prime. L'impegno degli chef e dei nutrizionisti Elios è quello di supportare le generazioni future in questo percorso, garantendo nelle scuole piatti sani e bilanciati ma anche invitanti e fantasiosi che stuzzicano l'appetito e la curiosità dei nostri giovani ospiti.

elios 

Gemeaz

ilinerè

Hospes